



UnB

Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Organizacional

GABRIELA DE SOUZA LIMA

BLOGUEIRAS FITNESS NO INSTAGRAM: A CONSTRUÇÃO DE UM ESTILO DE VIDA

Brasília – DF
2016

GABRIELA DE SOUZA LIMA

BLOGUEIRAS FITNESS NO INSTAGRAM: A CONSTRUÇÃO DE UM ESTILO DE VIDA

Monografia de conclusão de graduação para obtenção do grau de bacharelado no Curso de Comunicação Organizacional pela Universidade de Brasília- UnB

Orientadora: Prof^a Dr^a. Fernanda Martinelli

Brasília – DF

2016

BLOGUEIRAS FITNESS NO INSTAGRAM: A CONSTRUÇÃO DE UM ESTILO DE VIDA

GABRIELA DE SOUZA LIMA

Monografia de conclusão de graduação para obtenção do grau de bacharelado no Curso de Comunicação Organizacional pela Universidade de Brasília- UnB

Orientadora: Prof^a Dr^a. Fernanda Martinelli

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof.^a Dra. Fernanda Martinelli

Primeiro Examinador: Prof^a Dra. Fabíola Calanzans

Segundo Examinador: Mestranda Vanessa Esteves

Suplente: Prof^a Dra. Liliane Machado

BRASÍLIA/DF

2016

AGRADECIMENTOS

Segundo o Dicionário da Língua Portuguesa Michaelis (2016), agradecer é: 1- Mostrar-se grato ou reconhecido por benefício recebido; 2- Demonstrar gratidão ou reconhecimento; 3- Manifestar gratidão ou agradecimento.

Por assim sendo, agradeço primeiramente à pessoa que me trouxe ao mundo, Cilídia, minha mãe, uma mulher guerreira que sempre almejou o melhor para os seus filhos e para si, acreditando no seu potencial desde cedo, desafiando seus pais, meus avós, saindo do pequeno interior da Bahia para seguir o seu maior sonho: o de ser uma estudante exímia e uma advogada de sucesso (está perto, mãe!), sempre com a bela intenção de ajudar os mais necessitados e desamparados socialmente. Agradeço à senhora por nunca ter desistido, nem quando as coisas apertaram e as nossas vidas mudaram completamente; por sempre ter tido como prioridade dar aos seus filhos uma educação de qualidade, prezando por nosso futuro. Futuro esse que chegou e hoje a agracia com o primeiro maior sonho de sua filha, primogênita: o de estudar em uma das melhores universidades públicas do país.

Agradeço ao meu irmão, Marcelo, por confiar em mim e me amar, da forma mais pura, sendo meu companheiro e me ajudando a ser firme quando nossa mãe precisava viajar a trabalho e eu precisava tomar conta de nós e da casa.

À Universidade de Brasília, em especial ao Departamento de Filosofia, que foi minha primeira casa na UnB, fazendo com que eu me apaixonasse pela universidade e toda a sua magia à primeira vista. E à Faculdade de Comunicação, que sempre foi o meu objetivo, os quais foram sendo contornados à medida que o curso de Comunicação Organizacional foi tomando forma na minha vida profissional, e à todas as experiências e oportunidades que a universidade foi capaz de me oferecer.

À minha querida tia e veterana de curso, que me acompanhou de perto durante esses anos.

Às meninas (*so mean*) do estágio que tanto me apoiam e me motivam.

Ao Hugo, por ter me socorrido nos momentos de dúvidas, ajudando na construção deste.

Em último, mas não menos importante, ao meu companheiro e melhor amigo, que está comigo desde quase o início dessa minha jornada acadêmica, me ajudando e suportando meus desesperos e me incentivando a sempre buscar o melhor, acreditando no meu potencial quando nem eu mesma acreditei. Tom tim!

Obrigada!

RESUMO

Este trabalho investiga a construção do estilo de vida fitness, tendo como objetivo analisar a representatividade das blogueiras fitness no Instagram e como se dão os processos de relações sociais dentro do estilo de vida fitness, abordados nessa rede social. As blogueiras Gabriela Pugliesi, Bella Falconi e Kéfera Buchman serviram de objeto de pesquisa, por serem ícones do meio, onde juntas reúnem mais de cinco milhões de seguidores, gerando e compartilhando conteúdos relacionados ao universo fitness. Como método para a pesquisa, foram usados o embasamento teórico, trazendo noções de processos comunicacionais, além da análise de conteúdo e de representação. Foi possível chegar à conclusão que esse novo estilo de vida traz novos aspectos no consumo e adequação de uma vida aparentemente saudável na rotina reforçando sua identidade através das representações das blogueiras fitness, que trazem como resultado um corpo ótimo, magro e definido, marcados pela dedicação e persistência. Influenciando indivíduos a buscarem métodos para atingir baixos percentuais de gordura e redução de medida. As blogueiras fitness são peça fundamental da lógica desse estilo de vida, servindo de inspiração e motivação ao mostrarem assiduamente suas rotinas e sensibilizarem seus seguidores através da linguagem adotada.

Palavras-chave: *Estilo de vida/ Blogueiras/ Instagram/ Representação/ Interação*

ABSTRACT

This research investigates the construction of fitness lifestyle, having as an objective to analyze the representation of Instagram's fitness female bloggers and how social relations inside the fitness lifestyle work in this social network. The bloggers Gabriela Pugliesi, Bella Falconi and Kéfera Buchman were used as research object for being iconic in this environment, where all together join more than five million followers, generating and sharing contents related to the fitness universe. As research method the theoretical background was utilized disposing of communication processes notions, besides content analysis and representation. It was possible to conclude that this new way of life brings new aspects of consumption and adequation into a apparently healthy lifestyle on a day-to-day basis, thus reinforcing their identities through the representation of fitness bloggers, bringing along as a result a great body, slim and toned, marked by dedication and persistence. This perspective of the great body, discourses about the ideal of the great body covered widely by the medias, influencing individuals to look for weight loss and size reduction methods. Fitness bloggers are a key piece of the logic to this lifestyle, serving as inspiration and motivation by showing assiduously their routines and sensitizing their followers through the adopted language.

Keywords: *Lifestyle/ Bloggers / Instagram/ Representantion/ Interaction*

Lista de figuras

Figura 1: Bella Falconi se exercitando e exibindo a barriga	22
Figura 2: Post publicitário não intitulado	44
Figura 3: Post publicitário intitulado	45
Figura 4: Selfie no espelho	46
Figura 5: Publicidade no Instagram de Bella Falconi	51
Figura 6: Refeição postada por Bella Falconi	52
Figura 7: Divulgação do programa de <i>coach online</i> de Bella Falconi	53
Figura 8: Foto de vídeo mostrando Kéfera treinando em academia	58
Figura 9: Marmita no trânsito	60

Lista de gráficos

Gráfico 1: Análise de postagens de Gabriela Pugliesi no mês de setembro	46
Gráfico 2: Análise de postagens do perfil de Bella Falconi no mês de outubro	54
Gráfico 3: Análise de postagens do perfil de Kéfera Buchman no mês de setembro	61

SUMÁRIO

1. Introdução	10
2. Método	14
3. Horizonte Teórico	17
4. Blogueiras fitness e o estilo de vida fitness	22
4.1 O Corpo feminino no Instagram: uma análise de representação das blogueiras fitness	22
4.2 A utilização do tempo pelas blogueiras fitness	30
5. Gabriela Pugliesi: Sensação Fitness do Instagram no Brasil	41
5.1 Análise descritiva	41
5.2 Análise interpretativa	48
6. Bella Falconi: Um novo ideal de corpo	50
6.1 Análise descritiva	50
6.2 Análise interpretativa	55
7. Kéfera Buchman: Youtuber comediante que se adaptou ao estilo fitness	57
7.1 Análise descritiva	57
7.2 Análise interpretativa	62
8. Algumas considerações de profissionais da área de saúde	64
9. Conclusão	69
10. Referências Bibliográficas	71

1. Introdução

A escolha do tema deste trabalho decorre da indagação a respeito do sucesso causado pelas blogueiras fitness com suas seguidoras do Instagram (considerando que para este trabalho, foram analisados os comentários apenas das seguidoras mulheres, por estarem visivelmente em maior quantidade e maior assiduidade nos seguidores das blogueiras), e com as mídias sociais e tradicionais. As blogueiras fitness são mulheres que compartilham em seu perfil nas redes sociais, fotos e vídeos mostrando suas rotinas, tendo como principais referências as práticas de treinos de exercícios físicos e dietas rigorosas. Rotinas que chamam atenção e que atizam o desejo de pessoas comuns de levarem um estilo de vida minimamente parecido e que de certa maneira provocam seus seguidores devido à dedicação que demonstram para ter o corpo magro e sarado.

Busca-se analisar através da ótica de teóricos da comunicação, como se dão os processos de relações sociais dentro do estilo de vida fitness, trazendo como objetos de pesquisa os perfis das blogueiras Gabriela Pugliesi, Bella Falconi e Kéfera Buchman, que são ícones desse estilo, arrecadando cerca de cinco milhões de seguidores e gerando conteúdo sobre o tema, dando significação através de suas interpretações sobre o que é ser fitness, como ter um corpo sarado e magro e como organizar o tempo para adequar as práticas saudáveis. A análise visa também identificar as relações sociais desenvolvidas nos perfis das blogueiras, como se dá a interação com seus seguidores e como elas passam dicas e informações sobre as práticas fitness, além de como esse conteúdo pode ser recebido pelo seguidor. Para esse último ponto, é trazida as perspectivas dos profissionais de saúde, que alertam sobre os prós e contras de seguir as blogueiras com o intuito de melhorar a saúde e aparência física. Sendo assim, para a metodologia da pesquisa, foram escolhidas a análise de conteúdo e análise de representação, de forma que os perfis dessas blogueiras foram analisado enquanto ao conteúdo postado e quanto à imagem que elas representam para os seguidores no estilo de vida fitness, trazendo teóricos da comunicação para a discussão dos espaços de fala que as blogueiras fitness têm dentro do Instagram.

Estilo de vida é demarcado pelo conjunto de hábitos e práticas que um grupo social exerce seguindo um padrão que pode ser estabelecido pelo tradicionalismo, pelas condições sociais pré-existent de onde o indivíduo está inserido (Barbosa, 2008). O meio então, é determinante para definir as práticas e escolhas que um indivíduo irá fazer ao longo da sua vida, ajudando a definir gostos e hábitos, o que vai de encontro com o pensamento de Bourdieu (1983):

Às diferentes posições no espaço social correspondem estilos de vida, sistemas de desvios diferenciais que são a retradução simbólica de diferenças objetivamente inscritas nas condições de existência. As práticas e as propriedades constituem uma expressão sistemática das condições de existência (aquilo que chamamos estilo de vida) porque são o produto do mesmo operador prático, o habitus (BOURDIEU, 1983, p 82)

O estilo de vida fitness surge então como um estilo de vida em que seus agentes buscam inserir práticas aparentemente mais saudáveis em suas rotinas, com os objetivos de melhorar a saúde e a imagem física, sendo seus hábitos e objetivos pontos em comum. Esse grupo, usa o Instagram como uma das principais ferramentas de divulgação e propagação das ideias relacionadas ao fitness, lançando um mercado de consumo que dá valor às práticas envolvidas.

As redes sociais são usadas para a ampla divulgação dos costumes e características do estilo de vida fitness, em especial, o Instagram. Rede sociais são “padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões” (Recuero, 2009, p.24). Nas redes sociais, os grupos de pessoas, instituições (atores sociais), interagem criando relações e laços sociais (elementos de conexão), abordando temas, a partir de suas culturas, que servem de discussões alimentando essa interação. Essa interação é demarcada pela ação e reação de cada agente, que compartilha e reage de acordo com suas interpretações.

A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. Os autores [Watzlawick, Beavin e Jackson (2000)] entendem que a interação atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional. A interação, pois, tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo. (RECUERO, 2009, p.31)

Segundo Recuero (2009), as interações podem ainda modificar os laços sociais, enfraquecendo ou fortalecendo-os, sendo classificadas em competitivo, cooperativo, e de conflito. Através da cooperação, são formadas as estruturas sociais, em que a organização e a ação coletiva contribuem para tais, sendo motivada por um indivíduo ou por grupos sociais; a cooperação se caracteriza pela competição saudável, em que atores sociais de uma rede podem se juntar para superar uma outra; já o conflito se dá pela interrupção de laços sociais de maneira mais agressiva. Sob a perspectiva do estilo de vida fitness, esses laços são fundamentais para compreender como as percepções dos vários atores são moldadas através das representações, criando grupos de comum interesse na busca por práticas parecidas.

O conteúdo apresentado está estruturado em duas partes principais. A primeira parte, traz uma abordagem teórico-metodológica será trazida para a situar a pesquisa, introduzindo o início da discussão com temas relacionados à representatividade das blogueiras fitness. Em seguida, há o desenvolvimento sobre a temática do estilo de vida das blogueiras fitness, trazendo em subcapítulos, análises e discussões sobre a imagem do corpo feminino trazida pelas blogueiras no Instagram; como se dá a interação entre as blogueiras fitness e seus seguidores, como elas direcionam suas falas e imagens a eles e como esses correspondem a essas; e como o consumo se estabelece nos perfis dessas blogueiras no Instagram, valorando o estilo de vida fitness. Na segunda parte, uma análise descritiva e interpretativa é feita sobre os objetos da pesquisa, as blogueiras Gabriela Pugliesi, Bella Falconi e Kéfera Buchman, investigando como o estilo de vida fitness é representado por elas e como elas dispõem do lugar de fala que possuem dentro da temática.

Foram utilizados alguns termos e algumas da categoria que estão presentes constatemente na rede social Instagram e que aparecem também nas mídias tradicionais quando o tema blogueiras fitness é abordado. Alguns desses termos e categorias surgiram no próprio Instagram, enquanto outros surgiram de outras redes sociais e ao longo das transformações da Internet e das mídias sociais. Como são termos não-coloquiais, inseridos na fala de quem usa o Instagram e outras redes, fazendo parte inclusive do cotidiando de boa parte dos brasileiros, visto que alguns termos são usados nas mídias tradicionais, no dia-a-dia, cabe a explicação de termos frequentemente usados no trabalho. *Blogueiras fitness* se refere às mulheres que utilizam a rede Social Instagram para postar fotos e vídeos que retratam suas rotinas, mostrando desde refeições à prática de exercícios, gerando discussões entre usuários da rede que podem ser ou não seus seguidores. *Fitness* (do inglês *fit=caber*) é o que está associado às dietas restritas e treinos na obtenção de se alcançar um forma, um corpo mais magro ou mais forte. *Selfie*, são fotos de rosto tiradas pela própria pessoa, como um autorretrato. *Post* se refere a qualquer postagem de uma foto ou vídeo nas redes sociais. *Publipost* é a postagem de uma foto ou vídeo com teor publicitário, *merchandising* de um produto, em que geralmente, no caso as blogueiras, publicizam uma postagem usando determinado produto, falando dos possíveis benefícios indicando a marca ou local de compra publicamente. *Hashtag* (#) é a junção do símbolo # mais alguma tag (etiqueta em inglês), que servem para categorizar coisas nas redes sociais, facilitando na busca por determinado assunto como por exemplo: #fitness, através dessa hashtag qualquer pessoa pode categorizar seu post como fitness e assim será mais facilmente encontrado por alguém que procure postagens fitness. *Perfil ou IG* é a conta do usuário nas redes sociais, sendo o termo IG usado mais comumente no Instagram. No perfil do Instagram das blogueiras fitness, são mostrados geralmente uma foto de perfil da blogueira, nome e sobrenome, alguma informação como o que faz da vida ou alguma frase representando seu estilo de vida, informações de contato como email do assessor ou

email profissional, algumas bloguerias trazem links de site próprio. O perfil traz também o número de postagens, número de seguidores e número de quantos perfis aquele está seguindo; abaixo dessas informações, os posts são mostrados de modo padrão, ou mostrando as fotos pequenas possibilitando que o visualizador abra a postagem e a veja ampliada, além das legendas e comentários, ou os posts já são mostrados ampliados, um por um, dependendo da escolha daquele que está olhando. *Biografia ou bio* é a descrição do perfil do Instagram, com informações sobre o usuário como nome, gostos, links para outros sites ou redes. Essas informações aparecem independente se o perfil é privado ou não. Os *links* são endereços de sites ou aplicativos que são disponibilizados como um botão em que você clica e é automaticamente redirecionada para esses. No Instagram, só há como disponibilizar links na biografia do perfil ou na legenda dos comentários de alguma postagem. *Timeline* ou *Feed* (*linha do tempo ou alimentação em inglês*) se refere à página inicial do Instagram de qualquer usuário da rede. Nela aparecem as publicações dos outros perfis seguidos que postaram recentemente, facilitando a interação de curtidas e comentários. *Seguir* é como uma assinatura, quando o usuário do Instagram olha automaticamente em sua timeline a postagem de outro perfil quando este último publica algo. O *seguidor* é aquele que quando o usuário do Instagram segue algum outro perfil e as publicações deste são vistas direto na timeline quando são postadas recentemente. *Personal trainer* são, de acordo com o Conselho Federal de Educação Física, o CONFEF, é o profissional que possui, obrigatoriamente, a formação de Bacharel em Educação Física e registro no Conselho Regional de Educação Física (CREF), que elabora e orienta na manutenção e promoção de saúde, no treinamento e ensinamento esportivo, no condicionamento físico, elaborando, executando, avaliando e coordenando projetos e programas de atividades físicas para diferentes populações.

2. Método

Para fazer com que seus perfis sejam sempre visualizados e possuam sempre uma quantidade considerável de seguidores, as blogueiras fitness postam várias fotos e vídeos ao longo do dia, no intuito de estarem sempre presentes na timeline do seu seguidor, chamando sua atenção. Para que sejam achadas por usuários da rede que ainda não as seguem, muitas vezes são utilizadas hashtags (#) com termos do tipo #fitness, #fitnessgirl, #academia #lifestyle, #vidasaudavel, #workout, ou por hashtags que elas mesmo lançam como #avidaémara (utilizado pela Gabriela Pugliesi), #teambella-falconi (usado por Bella Falconi).

Esta pesquisa foi realizada em três etapas, sendo a primeira um estudo de referencial teórico de autores que aprofundam a temática do estilo de vida, que foram fundamental para o embasamento e comparação de diferentes séculos e décadas com o estilo de vida levado adotado pelas blogueiras fitness. Apesar de falarem de outros temas e de elaborarem suas discussões sobre estilo de vida em outros momentos históricos, os autores base para o referencial teórico fornecem subsídios para refletir como essa categoria se atualiza nos dias de hoje, especialmente a partir das novas tecnologias da comunicação e da informação. Com isso no horizonte, é analisado nos perfis das blogueiras fitness, o modo como elas administram seu dia, como elas distribuem suas atividades ao longo do dia e ainda desmonstram ter tempo para praticar exercícios e organizar suas dietas, ou seja, como organizam suas rotinas e também como usufruem do que chamam de tempo livre para se dedicar ao estilo de vida fitness. É discutido como elas transmitem a imagem que apresentam e representam, como elas são pertencentes a um determinado ethos e como se consolidam, como referência para outras pessoas que não necessariamente partilham dos mesmos recursos materiais e simbólicos, mas que interagem com elas nas redes através das postagens. É abordado também como essas blogueiras se aproveitam do sucesso e da influência que podem exercer para pôr em prática a lógica do mercado capitalista, servindo de modelos de um estilo de vida que é publicizado para o público em geral do Instagram e das mídias afins que também expõe a vida dessas blogueiras.

Autores mais contemporâneos e que trabalham com a temática de redes sociais também são referências importantes, como Raquel Recuero, que analisa as redes sociais e os blogs, e como se dão as relações on e offline de acordo com a internet, pontos fundamentais para um entedimento mais plausível das interações entre as blogueiras fitness e seus seguidores.

A segunda etapa compreende da análise de conteúdo e de representação dos perfis do Instagram das blogueiras fitness escolhidas, sendo três no total, que são o objeto de estudo para o trabalho, e de algumas notas que saíram sobre elas em sites jornalísticos e sites de entretenimento, além de revistas que tratam do universo fitness. Foram analisados os perfis de cada blogueira separadamente, tendo sido escolhidos pelos seguintes critérios: popularidade, número de seguidores, serem brasileiras, estarem presentes em outros tipos de mídia atualmente. O primeiro perfil analisado é o da blogueira fitness Gabriela Pugliesi, que foi uma das pioneiras a fazer sucesso no Instagram no Brasil com postagens sobre o “estilo de vida fitness” conseguindo milhões de seguidores em um período de dois anos, é considerada por seus seguidores e mídias tradicionais como “fenômeno fitness”. O segundo perfil investigado é o da Bella Falconi, considerada “musa fitness” por ser uma das primeiras brasileiras a ter muitos seguidores no Instagram devido à forma física e estilo de vida, apesar dela morar nos EUA desde antes mesmo criar seu perfil na rede, sendo um dos ícones do mundo fitness. Por último, a também youtuber Kéfera Buchman, que começou a fazer sucesso pelos seus vídeos de comédia com duração de cinco minutos com doses de sátiras cotidianas nos roteiros, virando apresentadora de programas no canal televisivo MTV por alguns anos; hoje em dia ela possui dois perfis no Instagram, um voltado à sua vida cotidiana, com posts mostrando vários temas comuns às celebridades televisivas mais jovens, e outro dedicado somente à sua vida fitness, mostrando exercícios, refeições, e publiposts relacionados ao fitness. As três blogueiras se diferem principalmente ao estilo de corpo, sendo a Bella Falconi mais musculosa além de ser considerada pelo meio fitness atleta, devido à participações em competições de fisiculturismo, além de ser também certificada nos Estados Unidos como nutricionista e personal trainer, enquanto a Gabriela Pugliesi, mesmo com a dedicação que mostra em seu perfil de malhar todos os dias, não é atleta e possui um corpo mais magro, sem muitos gomos (quando os músculos do abdômen se sobressaem, demarcados na barriga) aparentes, já a Kéfera Buchman tem um corpo com mais curvas aparentes, ainda magro, mas sem gominhos e sem mostrar um corpo tão definido quanto o das outras duas blogueiras. Foram utilizados gráficos também para ter uma noção do volume de postagens feitas pelas blogueiras durante o período de um mês. Para cada blogueira, foi escolhido um em que a rotina delas não sofresse tanta alteração como viagens, por exemplo, categorizando o tipo de fotos e classificando-as.

A terceira parte da pesquisa, consiste na análise comparativa de entrevistas realizadas com profissionais da área de saúde, sendo uma nutricionista e uma personal trainer. Os critérios para a escolha das profissionais foram os seguintes: ser residente de Brasília e atuar profissionalmente na mesma cidade, levando-se em consideração a logística e o objetivo da realização de entrevistas abertas; usarem o Instagram constantemente, mostrando tanto o lado profissional quanto o pessoal em

seus posts e possuírem mais de 2000 seguidores, uma quantidade considerável que representa notabilidade e certa popularidade dentro do estilo de postagem e de perfil. As entrevistas foram comparadas e analisadas enquanto a opinião dessas profissionais em relação às blogueiras fitness no Instagram e ao uso da rede Instagram para divulgação de suas linhas de pensamento dentro da área e do trabalho em si.

3. Horizonte Teórico

O presente trabalho traz uma abordagem a respeito do cotidiano das blogueiras fitness, na concepção de um novo estilo de vida, no qual elas procuram associar tempo, culto ao corpo, trabalho e costumes. Se por um lado, elas procuram incentivar a boa utilização do tempo, por outro elas negam talvez inconscientemente o papel que o capitalismo exerce na vida das mulheres no seu dia a dia, que nem sempre têm as mesmas condições de tempo e dinheiro. Ainda assim, mantém o estigma de que a mulher deve estar sempre arrumada e produzida. Essa lógica do sistema capitalista, tira propositamente o tempo de pensar, de refletir sobre as coisas, conforme Veblen (1965), ao discutir a função do tempo na vida dos humanos, ele chama de ócio o tempo o qual o sujeito destina ao exercício da sua liberdade de praticar o que lhe convém, livre das obrigações formais e refutando o trabalho braçal, fazendo atividades consideradas como de lazer, em qualquer horário do dia que lhe convir.

O que poderia ser inovador, acaba reforçando a ideia do peso do trabalho para as mulheres que não tem as mesmas condições econômicas, quando essas blogueiras dizem "é preciso organizar o tempo" ignoram o fato dessas diferenças que existem entre elas e muitas de suas seguidoras, que precisam usar a maior parte do tempo trabalhando em funções mais comuns, e ainda reforçam a ideia de que é preciso continuar também firmes nos seus afazeres domésticos, como mulher, dona de casa, mãe e todos os adjetivos padrões que podem ser colocados aqui. Parafraseando Cheluchinhak, Cavi-chiolli (2010) "*cada é o resultado (da personalidade de um indivíduo) de suas características inatas que são adquiridas a partir das experiências vividas nos padrões que lhe são impostos*". Existe uma concordância entre os dois autores supracitados uma vez que ambos tratam de estilos de vida nas diferentes classes sociais.

De toda forma, a existência humana permite experimentos ousados e avançados nas suas diferentes épocas conforme descreve Bourdieu (1993) ao tratar de estilo de vida das classes sociais, ele afirma que, gosto específico é característico de cada estilo de vida, que passam por uma construção de classe social, sendo os gostos delimitados pela condição de convivência de cada *ethos*. Nos dizeres do autor a sociedade é dividida em classes e cada uma constroi o seu estilo e padroniza, que perpassa de geração a geração, acrescentando ainda que as necessidades geradoras se expressam nas diferentes formas. A sociedade atual transborda sua diversidade de diferentes formas, nas diversas classes sociais que acabam divergindo. Se na idade média o corpo feminino era visto como fruto do pecado,

objeto reprodutivo, na sociedade contemporânea, mesmo com a conquista de "liberdade" ele não perdeu esta função, mas, adquiriu outras, tendo a publicidade como precursora dos novos ideais, utilizados pela mídia tradicional e moderna com uma outra roupagem.

De todo modo, a lógica de vida das blogueiras fitness, acompanha os ditames da sociedade burguesa que se apodera do capital para multiplicar o seu lucro. Na medida em que elas colocam seu corpo a serviço da publicidade de determinado produto, ele já não é mais um simples corpo e sim uma ferramenta, que como tal precisa de cuidados de manutenção como uma máquina de trabalho a serviço do capital.

O autor Stuart Hall contribui para a análise de representação e de algumas relações entre significado do estilo de vida fitness, através do livro “The Work of Representation” (1997), que pode ser complementado com a noção de bens materiais e de significação que estes dão às relações sociais, abordado por Mary Douglas e Baron Isherwood. Para Hall (1997), os valores da construção dos significados na sociedade, da linguagem como um dos fatores cruciais para a construção das representações sociais; a cultura funciona enquanto um conjunto de valores ou significados que são partilhados nos diversos grupos culturais, reforçando as identidades. A cultura, levando em conta o significado, é chave para a formação do senso comum, que é formado a partir das várias percepções e significados, que possibilitam caracterizar um determinado grupo. A linguagem tem papel fundamental na atribuição dos significados, pois somente a partir do acesso comum a ela, que seria possível a troca de percepções, o que é explicado por Hall (1997):

Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things. But this is a far from simple or straightforward process, as you will soon discover. (HALL, 1997, p15)

Segundo o autor, as coisas, objetos, pessoas, lugares, só recebem algum significado através da interpretação do indivíduo, pois é a partir da sensação e interpretação que possuímos que é possível atribuir algum valor a determinada coisa. O reconhecimento do significado se dá pela sensação de pertencimento, que está ligada a percepção de identidade própria; a linguagem então, por representar conceitos e ideias para que outros saibam, funciona como sistema de representação. Os objetos só recebem significado através uma representação mental que lhe deu algum sentido sociocultural atuando sobre as relações e práticas sociais (Hall, 1997).

A construção da linguagem visual seria fundamental para a construção de estereótipos, visto que a linguagem tem papel fundamental na construção de representações, sendo a linguagem um

produto do conhecimento de condutas e práticas sociais. Dentro do estilo de vida fitness, a representação visual é um dos fatores principais para que esse estilo atinja seu público e alcance a novos, é através das fotos compartilhadas no Instagram, que os ideais e padrões são divulgados e reforçados. A representação ainda segundo Hall (1997), só pode receber alguma significação de acordo com a análise das formas concretas obtidas na leitura e interpretação, ou seja, a interpretação não pode passar por julgamentos ou conhecimentos distorcidos para que o verdadeiro significado seja atribuído, mesmo não havendo uma resposta única, pois cada indivíduo terá uma percepção diferente, por mais próximas que sejam, encontrando então uma interpretação razoável, pois o significado não é direto não permanecendo intacto nas diversas representações, ele sempre passará por novas interpretações. Nos perfis das blogueiras fitness, é possível ver através dos comentários de seguidoras que as imagens representadas passam por uma primeira interpretação das próprias blogueiras que postam, ainda assim, as seguidoras podem ter interpretações divergentes, de acordo com seus padrões culturais, resultando em reações diversas, como aprovação e elogios dos posts ou críticas negativas.

De acordo com Hall(1997), a representação se dá por meio da linguagem resultando em cultura, é através dela que o significado é apresentado e trocado por indivíduos de uma mesma cultura. Na representação, existem dois tipos de processo, sendo eles: o primeiro é correlacionado a um conjunto de representações que nós temos; e o segundo está relacionado à linguagem, que permite a troca e a representação de significados. Levando em conta aqui que estilo de vida fitness é um grupo cultural que é construído e reforçado pelo estilo de linguagem abordado, há uma troca, mesmo que indireta, de valores através das mensagens entre as blogueiras e as seguidoras e entre as seguidoras, motivadas por algum tema postado pela blogueira. Os signos, representam os conceitos e relações conceituais que aprendemos a referir as coisas, compondo um sistema de significação da cultura a que pertencemos (Hall, 1997):

Codes fix the relationships between concepts and signs. They stabilize meaning within different languages and cultures. They tell us which language to use to convey which idea. The reverse is also true. Codes tell us which concepts are being referred to when we hear or read which signs(...) codes make it possible for us to speak and to hear intelligibly, and establish the translatability between our concepts and our languages which enables meaning to pass from speaker to hearer and be effectively communicated within a culture. This translatability is not given by nature or fixed by the gods. It is the result of a set of social conventions. (HALL, 1997, p. 21 e 22)

Stuart Hall (1997) aborda que há três tipos de representação, sendo elas: reflexiva, onde a linguagem reflete o real significado já existente no mundo; intencional, em que o indivíduo dá significado através da linguagem; e a construcionista, em que os significados são construídos através de

sistemas de representação. Não podemos confundir o mundo material do mundo das práticas de simbolização, em que estão contidos a representação, o significado e a língua. O mundo material não transmite significados e sim o sistema linguístico ou qualquer sistema que represente os conceitos usados. O significado em si é construído pela prática, pelo trabalho da representação. Para Hall(1997) o discurso é ligado à produção de conhecimento através da linguagem, sendo que as práticas também têm um caráter discursivo, visto que as práticas sociais transmitem significado e os significados influenciam o que fazemos.

De acordo com Mary Douglas e Baron Isherwood (2009), os bens materiais têm capacidade de carregar significados sociais relevantes, mostrando o grupo social do indivíduo e seus gostos e hábitos, sendo as escolhas feitas determinantes para o grupo social e cultural em que o indivíduo vive, comunicando valores sociais.

O consumidor seria responsável por suas próprias escolhas, mesmo que influenciadas por algum meio, quem toma a decisão final é o próprio. A cultura será determinante para o consumo, pois é a partir dela que o indivíduo irá ter referências de gostos. “Todos concordam a respeito dessa abordagem dos bens, que sublinha o duplo papel de provedores da subsistência e de marcadores das linhas de relações sociais...” (Douglas; Isherwood, 2009, p. 106)

Os bens materiais desempenham então a função de demarcadores de ações sociais, dando valor e significado a determinado acontecimento, criando um sentido único para os sujeitos da relação, além de demarcar o tempo também, carregando significados de ritos sociais, como as datas comemorativas.

O consumo físico permite a prova, o teste ou a demonstração de que a experiência em questão é viável. Mas o argumento antropológico insiste em que de longe, a maior utilidade não está na prova, mas no compartilhamento dos nomes que foram apreendidos e classificados. Isso é cultura (Douglas; Isherwood, 2009, p. 125)

De acordo com Dougla e Isherwood (2009), mais que consumir bens materiais, o compartilhamento desses é tão importante quanto, fazendo parte significativa do processo. A cultura é demarcada por processos em que esses bens materiais são tornados públicos, numa forma de validação; festas de aniversários, reuniões, encontros, fazem parte do processo, no caso das redes sociais, esse tornar público ganha outro contexto, para validar os bens materiais que se possui, é preciso (quase num tom de necessidade) publicar uma foto ou vídeo mostrando e/ ou falando do determinado bem. Através desse processo, são adquiridos valores através dos julgamentos por terceiros, que irão determinar se tal produto é aceito ou não. O compartilhamento desses bens fala muito sobre quem está inserido ou não em determinado grupo social. No Instagram, essa valoração dos bens materiais é

amplamente divulgada, no caso das blogueiras fakes, elas procuram validar suas dietas, suas corridas, idas à academia, roupas, encontros com os amigos, familiares; tudo o que tiver o mínimo potencial para receber muitas curtidas, vira motivo de ser compartilhado publicamente, como se aquela foto ou vídeo fosse o valor real e comprovação de que o usuário teve a experiência, sem esse registro, é como se o indivíduo nunca tivesse estado em um determinado local ou comido determinado prato.

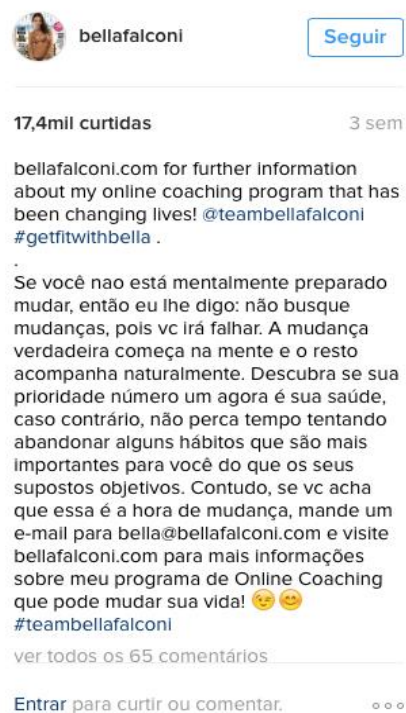
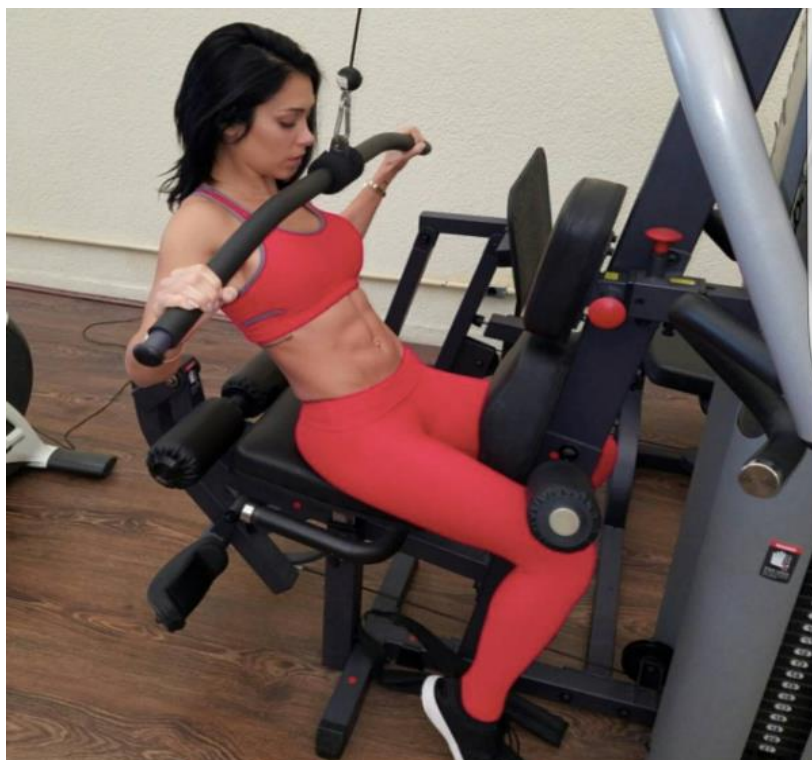
O estudo dessa temática de estilo de vida fitness no âmbito da comunicação traz uma análise de uma perspectiva de como os processos comunicacionais dentro das redes sociais se dão, buscando compreender como as interações dentro das novas mídias são realizadas, levando em consideração que não há mais uma separação perceptível do universo *online* do *off-line*; ambos estão conectados um ao outro, fazendo parte do cotidiano de quem usa as redes sociais. Para essa discussão, a autora Raquel Recuero (2009) foi fundamental para entender alguns processos que surgiram com a massificação dos blogs, visto que ela foi uma das precursoras no campo da comunicação a categorizar relações sociais dentro das redes. Estudar esses processos e a construção de um estilo de vida que deu principalmente através da ampla divulgação nas redes sociais; sendo possível graças aos processos comunicacionais envolvidos é importante para tentar compreender a capacidade das redes sociais em legitimar processos e culturas.

4. BLOGUEIRAS FITNESS E O ESTILO DE VIDA FITNESS

4.1 O corpo feminino no Instagram: a representação das blogueiras fitness

Um dos principais motivos para os perfis das blogueiras fitness chamarem a atenção de novos seguidores e manterem os que já são, é gerando várias curtidas e comentários, através das diversas fotos e vídeos postados mostrando seus corpos, quase sempre vestindo roupas curtas e de tecido fino que adere à pele, como shorts, mini saias, leggings, biquínis, mostrando a barriga, pernas, braços e bumbum tonificados. São usados diversos artefatos, tanto da fotografia em si, como o photoshop, quanto do uso de filtros (modificam a foto original, com efeitos de sombreamento e saturação, por exemplo) do próprio Instagram para que seus corpos pareçam estar mais definidos, ou mais bronzeados, atingindo um determinado ponto em que já se tem uma breve noção que de aquele post irá agradar o público em geral. Abaixo, uma postagem da blogueira Bella Falconi mostrando seu corpo e trazendo uma legenda em que ela se dirige diretamente (verbalmente) ao seguidor, alegando que para alcançar uma forma de corpo parecida com o que ela tem, é preciso de dedicar quase que exclusivamente aos cuidados do corpo.

Figura 1- Bella falconi se exercitando e exibindo a barriga



Fonte: Instagram @bellafalconi

Os perfis no Instagram das blogueiras fitness funcionam como verdadeiras ferramentas publicitárias para o mercado do estilo fitness, além de utilizarem o Instagram como um diário aberto em que publicam toda a rotina de modo a chamar a atenção para si mesmas na tentativa de reforçar o seu nome e de reforçar suas ideias, criando uma marca própria, no intuito de que outras pessoas tenham o conhecimento do que elas usam e que tenham vontade de consumir aquela marca. Ainda assim, os perfis das blogueiras fitness mostram apenas o que a própria blogueira quer que seja mostrado, reforçando a sua ideia de si mesmo, o que para Paula Sibilia (2008), não contribui para o argumento de que a imagem de um indivíduo é construída a partir da percepção de terceiros e de suas conclusões. Além delas publicarem suas próprias percepções sobre suas vidas e sobre o mundo, o fato de estar sendo publicado reforçaria a legitimação dos fatos entrando em concordância com Hall (1997), além de ser publicado quase instantaneamente, como se fosse obrigatório registrar através de fotos ou vídeos os momentos vividos para provar que determinada coisa foi vivida, aumentando ainda dessa forma, a valorização de determinado objeto e da própria marca em si. Ainda assim, o conteúdo postado pelas blogueiras, atrai o público do segmento, que procuram referências na imagem de pessoas que não vêm do âmbito das celebridades já consagradas pelas mídias tradicionais, pois seguir o comum se torna mais interessante e palpável, já que é identificada uma proximidade com esses perfis de pessoas que antes eram comuns, anônimas. De acordo com Sibilia (2008):

Por um lado, o foco foi desviado das figuras ilustres: foram abandonas as vidas exemplares ou heroicas que antes atraíam a atenção de biógrafos e leitores, para se debruçar sobre pessoas ‘comuns’. Por outro lado, há um deslocamento em direção à intimidade: uma curiosidade crescente por aqueles âmbitos da existência que costumavam ser catalogados de maneira inequívoca como privados. (SIBILIA, 2008, p. 34)

As blogueiras são, inclusive, reconhecidas como modelos de produtos e marcas, tendo que seguir um padrão que atenda às exigências impostas pelo próprio mercado e, conseqüentemente, pelos consumidores, que se habitua a ver modelos sarados, com os corpos tonificados e definidos em campanhas publicitárias que se estendem das mídias tradicionais às redes sociais, e vice-versa.

De acordo com Calazans (2013), o corpo magro virou indício de corpo ótimo, sendo as práticas realizadas para se ter um corpo magro amplamente difundidas pela cultura da mídia, fazendo com que os indivíduos busquem métodos e técnicas para atingir baixos percentuais de gordura sem muito se preocupar com as conseqüências que isso pode trazer para a saúde. As blogueiras fitness compartilham abertamente suas dietas e treinos, indicando que aquele caminho que elas seguem é um dos mais eficientes (se não o mais), dando atenção sempre à persistência e paciência que se deve ter para atingir um corpo sarado; com esse discurso, muitos seguidores seguem o que parece ser a receita do sucesso de um corpo ótimo (o que no caso das três blogueiras estudadas, é mostrado o discurso de ter paciência, dedicação e persistência), não atentando às vezes a importância da individualidade que cada corpo traz, o que pode acarretar em distúrbios alimentares e lesões físicas. Com o avanço da tecnologia que possibilita a rápida distribuição e reprodução de imagens como as dos modelos do estilo de vida fitness, eles aparecem constantemente em situações rotineiras, mostrando quase a todo instante um ideal a ser desejado (Goldenberg, 2007). O que mostra um cenário marcado de caráter, propositalmente, influenciador, no que se diz à venda de produtos que são associados aos diversos ideais de vida, ligados à imagem representada. Assim sendo, Goldenberg (2007) explicita:

Essa exaltação das imagens produz culturas que hiperinvestem na construção física, levando milhões de pessoas a consumir cotidianamente todos os tipos de produtos materiais e simbólicos: drogas, filmes, revistas, exercícios, dietas e suplementos alimentares, movimentando a gigantesca e crescente Indústria da Saúde. As academias de musculação surgem como usinas de produção da forma, fabricando corpos para serem consumidos pela lógica do mercado. Essas formas musculosas se apresentam como espécies de totens midiáticos, pois a publicidade exalta tais modelos, contribuindo para a construção da identidade das tribos urbanas que se identificam com o paradigma apresentado. (GOLDENBERG, 2007, p. 145)

A busca pelo corpo ótimo retrata a insatisfação que esses indivíduos possuem em relação à sua própria imagem, que aderem ao que a mídia sugere como “solução” para a adequação ao padrão corpóreo. Alguns comentários deixados por seguidores nas postagens das blogueiras fitness, retrata essa vontade e sacrifícios que esses seguidores se dispõem a fazer para tentar alcançar aquele modelo de corpo exposto pela blogueiras, se mostrando ansiosos e crentes quanto à equação apresentada de dieta + treinos = corpo ótimo. Como por exemplo, alguns comentários deixados em um post de Bella Falconi, como o da @la_la_araujo: *Minha inspiração, tô numa mudança muito radical de hábitos alimentares e cuidados com meu corpo, me deseja boa sorte musaaaaaa (sic)@bellafalconi; @ana.carolina_87: Qual o nome do remédio que vc (sic)deu para o Hugo Gloss tomar????* (se referindo a outro blogueiro); @marilia_sapereira: 😊... *será que vamos conseguir @raissa_teixeiraa, o ultimo parece difícil e não quero sair com dente quebrado da academia.* As seguidoras mostram através de seus comentários uma preocupação em se atingir um ideal de corpo que é mostrado pela blogueira, não parecendo que pouco se importam com a questão da individualidade e das diferenças que de rotina e de condições econômicas que podem divergir, acreditando no discurso trazido pela blogueira e tornando-o como verdade e parâmetro para alcançar os objetivos de forma física. Segundo Calanzans (2013):

A felicidade residida outrora no bem humano foi suplantada pela felicidade de se adequar a um programa de vida volátil e, muitas vezes, inalcançável. Essa forma de domínio empreendida para atingir o corpo magro corresponde a uma era já não mais centrada na razão e, sim, no corpo. (CALAZANS, 2013, p. 133 e 134)

Algumas pessoas que buscam principalmente e puramente o lado estético que o estilo fitness traz, um corpo sarado que leva anos para chegar a um ponto em que o percentual de gordura é baixo, refletindo menos celulites que o comum nas mulheres por exemplo; acabam optando por tomar medidas mais drásticas e pesadas para o organismo humano, como o consumo das chamadas bombas, esteroides e anabolizantes que têm como principal componente hormônios masculinos como a testosterona, que agilizam o processo de aumento do volume dos músculos, fazendo assim que a pessoa ganhe massa muscular rapidamente e em grande quantidade, além do ganho de força, resultando num corpo extremamente definido, com músculos aparentes e pouca quantidade de gordura (GOLDENBERG, 2007).

O corpo, além de representar a verdade deste indivíduo, é também sua vitrine. A imagem por ele exposta apresenta-se como suposta via para o sucesso ou o fracasso. Diante do imperativo

de permanecer sempre jovem, forte, magro, bonito e com aparência saudável, muitas vezes não se hesita em consumir drogas, exercícios e produtos com o objetivo de otimizar esta vitrine-máquina que sustenta a esperança individual da vitória na guerra intermitente pela conquista da felicidade prometida pelo consumo nosso de cada dia. Assim, enquanto a forma física é alçada a novo objeto de adoração da sociedade de consumo, o corpo, enquanto conteúdo, torna-se um mero objeto de troca monetária (GOLDEMBERG, pg157, 2007)

O consumo de bombas pode acarretar em problemas de saúde para o indivíduo que o consome, já que força um processo que muitas vezes não é natural, como no caso de mulheres que consomem, dependendo das pré-condições de saúde e ainda da quantidade e frequência com que são usadas. Nelas, de acordo com a SBEM (Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia), as consequências físicas mais aparentes são o aumento da quantidade e o engrossamento de pelos no corpo, incluindo no rosto, alteração da voz, crescimento do clitóris, além de outros fatores. Há várias discussões dentro dos perfis das blogueiras fitness sobre o suposto uso de anabolizantes por algumas, havendo grupos que argumentam nos comentários das postagens delas que é impossível atingir tal definição de corpo sem a ajuda de esteroides, enquanto há o grupo que as defendem, dizendo que essas afirmações são apenas calúnias.

O corpo, no Instagram, segue a lógica midiática do século XXI, servindo como a primeira impressão da imagem e das qualidades de uma pessoa, é um dos principais indicadores dentro da rede para ter sucesso, tendo vários seguidores ou não. Através da imagem do corpo, o que foi possível identificar através da análise de alguns comentários e perfis de blogueiras no Instagram, um usuário pode ser bem aceito ou não por outros usuários, que são capazes de aferir ainda; valor se a pessoa leva uma vida que chama atenção de terceiros, podendo despertar o desejo de se ter uma vida parecida com aquela exposta. Os indivíduos desse grupo social vivenciam um cotidiano marcado pelos cuidados e atenção voltados ao corpo, marcados pelo cuidado e controle do que é consumido (Calazans, 2013). No Instagram, são postadas inúmeras outras coisas além do corpo que complementam o valor de um perfil muito seguido. As roupas que são usadas, sapatos, bolsas, carros, hotéis e alimentação, são fatores que agregam valor à imagem de um perfil na rede, mostrando o tipo de vida que aquele determinado perfil leva, servindo de referência para muitos.

Os seguidores dos perfis dessas blogueiras apresentam o interesse objetivo de acompanhar a vida que elas mostram, quase como uma necessidade, consumindo a vida do outro para servir de parâmetro para a felicidade e objetivos (Sibilia, 2008), acabando por se sentirem uma parte necessária da legitimação do conteúdo postado pelas blogueiras, que reconhecem e trabalham para ter mais curtidas e seguidores, além da construção dos modos de ser e estar. Segundo Sibilia (2008), os indivíduos seguem pessoas comuns justamente para acompanhar a vida do outro, o que pode ser aplicado

no caso dos seguidores, que recebem um volume grande de informações diversas sobre a vida do outro, em um curto espaço de tempo, através de seus celulares, computadores, tablets e afins.

Hoje, na internet, pessoas desconhecidas costumam acompanhar com fruição o relato minucioso de uma vida qualquer, com todas suas peripécias registradas por seu protagonista enquanto vão correndo. Dia após dia, de hora em hora, minuto a minuto, com o imediatismo do tempo real, os fatos reais são relatados por um eu real através de torrentes de palavras que de maneira instantânea podem aparecer nas telas de todos os cantos do planeta. (SIBILIA, 2008, p 70)

Para as blogueiras fitness, a imagem é o principal meio de divulgação de suas ações. São através das postagens no Instagram que elas compartilham suas rotinas, seus treinos, suas dietas, quase como um diário pessoal, no intuito de receber várias curtidas e comentários, aumentando a visibilidade dentro da rede. As empresas ligadas ao estilo de vida que elas compartilham aproveitam da popularidade que elas possuem para então patrocinar essas blogueiras mais populares e terem seus produtos divulgados por elas.

O Instagram, se apresenta como uma verdadeira vitrine de corpos, pelo grande volume de fotos e vídeos que são postados por seus usuários em seus perfis a todo instante, sendo compartilhados ou não com os demais usuários da rede que recebem ou não curtida (quando alguém gosta da postagem e marca um coração nessa); se em grande parte as modelos de passarela continuam com o glamour e popularidade que têm, as modelos fitness ganham cada vez mais espaço com a cultura da vida aparentemente saudável que está se reforçando. Comparando as três blogueiras objetos desta pesquisa, Gabriela Pugliesi, Bella Falconi e Kéfera Buchman, que apesar de adotarem o estilo de vida fitness, possuem estrutura corporal distintas e apresentam objetivos distintos também, apesar de ambos levarem à busca do corpo magro de tonificado; é difícil dizer se há uma competição dentro do mundo fitness e em relação à quantidade de seguidores em seus perfis no Instagram, levando em consideração que há postagens de uma se referindo a outra como musa, ou como amiga ou com algum outro tipo de relação amigável, sendo que a quantidade de seguidores é bem próxima se levado em consideração o tempo que elas possuem aqueles perfis.

Dentro da categoria das modelos fitness, observa-se alguns tipos de corpos femininos que podem ser classificados tais quais aos da academia, exceto pelo nível de hierarquização (pois nem sempre a mais forte terá mais visibilidade ou admiração dos demais), visto que o corpo magro é o mais popular, como Miriam Goldenberg classificou em seu livro *Nu e Vestido*(2007).

São os três principais sendo o primeiro, as fisiculturistas, que têm os músculos aparentes, com muito volume com a ajuda de anabolizantes seguindo dietas rigorosas e treinando pesado todos os dias, sendo mais adeptas à musculação, lembrando a estrutura física de um homem musculoso, algumas vezes sendo rupudiadas publicamente por não terem um corpo feminino, sendo em alguns casos confundidas com travestis. No segundo tipo, se classificam as veteranas, que são consideradas “gostasas”, com um corpo sarado porém mais feminino, mais acinturado, que mostram domínio dos exercícios físicos e funcionais, seguem dietas mas se permitem em algum momento comer o que querem como por exemplo, no “dia do lixo” (termo usado pelas blogueiras para classificar um dia na semana em que se permitem comer qualquer tipo de comida, como pizzas, doces, hambúrguer, batata frita), “são invejadas e tidas como modelo por aquelas que desejam construir forma física ao menos parecida com a delas, e desejadas pelos homens das academias, que não perdem oportunidade de lhes dedicar toda atenção” (GOLDEMBERG, pg, 160 e 161, 2007) e, segundo ainda Goldemberg, há dois subtipos de veteranas: a magra, que tem os músculos menos aparentes (podemos classificar aqui a blogueira Gabriela Pugliesi); e a forte, que tem a massa muscular mais aparente (classifico aqui a Bella Falconi, já que ela é reconhecida no meio pelos gominhos no abdômen).

As veteranas constroem o papel de mulheres ativas e independentes que desejam reconhecimento pela sua capacidade profissional. A beleza entra nesse processo como um item de auxílio à ascensão quando necessário e como processo de autoconstrução de identidade. O "sentir-se bem consigo mesma, com seu corpo" é um estado muito valorizado que dá sensação de poder calcado na autonomia. Dentre os inúmeros relatos de veteranas este pode indicar o que foi dito acima: Meu namorado me deu um ultimato: ou eu, ele disse, ou a academia. Não pensei duas vezes; terminei o namoro de seis anos, Foi difícil, porque seis anos não são seis dias. Mas a minha liberdade não tem preço. (GOLDEMBERG, 2007, p.161)

A terceira categoria seria o tipo comum, que atende pela maioria, fazendo parte aquelas que estão começando a treinar e a fazer dietas, que almejam um tipo de corpo, sendo magras querendo massa muscular ou gordas querendo reduzir o percentual de gordura, ou mesmo quem só quer manter o corpo que tem e não se prende muito às rotinas fitness; aqui pode-se classificar a maioria dos seguidores das blogueiras fitness, que estão em busca de algum ideal de corpo. Muitas da categoria comum, procuram a prática de exercícios físicos e seguir dietas de forma sazonal, de acordo com Goldenberg, o período em que as academias mais lotam e há mais frequência por parte dos alunos, no Brasil em específico, é no final do ano, quando o verão se aproxima, numa tentativa de recuperar o tempo perdido e se sentir mais à vontade nas praias usando um biquíni, para mostrar os resultados obtidos praticamente no intuito de buscar aprovação de quem vê; no caso do Instagram, apesar de o

ano inteiro estar recheado de post de pessoas mostrando o corpo, até porque se tem acesso às postagens de usuários de outros países em que o clima é inverso ao do Brasil, é possível identificar uma maior regularidade de blogueiras postando fotos de biquínis, em vez dos shorts ou leggings de academia, realizando treinos em hotéis e nas praias durante o verão.

Mesmo mostrando refeições feitas, chás que supostamente auxiliam na redução de gordura, exercícios físicos, as fotos mais curtidas nos perfis das blogueiras fitness são as que mostram o corpo, ou só a barriga, ou só o bumbum ou de corpo inteiro, desde que esteja evidenciado; esses posts acabam sendo mais populares, já que é o que chama a atenção dos seguidores. Como há em grande parte das postagens a intenção de se mostrar o corpo sarado, as blogueiras usam poucas roupas ou roupas justas, sempre de modo a valorizar alguma parte de que a modelo mais gosta ou que mais faz sucesso, de modo a reforçar a ideia de que aquela blogueira se dedicou para ter o corpo que tem, podendo causar um sentimento de autocondenação e/ou de inspiração para o seguidor, “pode-se dizer que as regras subjacentes à atual exposição dos corpos são de ordem fundamentalmente estética. Para atingir a forma ideal e expor o corpo sem constrangimentos, é necessário investir na força de vontade e na autodisciplina (Goldenberg, 2007).

O Instagram acaba por ser uma rede social que dá visibilidade às várias tendências de ideal de corpo feminino em uma escala mundial. Nesse mesmo movimento de mostrar o corpo do momento, dos métodos de se conquistar um corpo ótimo, evidencia-se também, a divergência quanto a mulher aceitar o seu próprio corpo, enquanto é possível encontrar perfis femininos na rede abertos, com posts da usuária mostrando seu corpo, sendo magra, gorda, sarada, com estrias e celulites ou não; há perfis em que a usuária pouco posta foto de corpo inteiro, mesmo usando roupas largas, ou até mesmo de rosto. Há diversos motivos para isso, que não cabem nesta pesquisa, desde aceitação ou não da própria imagem ou o simples desinteresse em postar fotos pessoais demais. Mesmo o Instagram tendo uma política de privacidade, a qual é informada em sua própria página inicial da rede quando o usuário vai logar, em que são proibidas as postagens de fotos nuas de modo público, seguindo a política de privacidade do Instagram (mostrando ou mamilos, no caso das mulheres, ou os órgãos genitais), podendo ser denunciadas por qualquer usuário e analisada pela equipe do Instagram, não fez com que a rede impedisse a publicização de posts que mostrem bastante o corpo ou mais erotizados.

Seguindo essa linha de reflexão, pode-se pensar que a aparente liberação dos corpos, sugerida por sua atual onipresença na publicidade, na mídia e nas interações cotidianas, tem por trás um "processo civilizador", que se empreende e se legitima por meio dela. Devido à mais nova moral, a da "boa forma", a exposição do corpo, em nossos dias, não exige dos indivíduos apenas o controle de suas pulsões, mas também o (auto)controle de sua aparência física. O

As blogueiras fitness têm um papel no Instagram de divulgar o estilo de vida que elas levam e pregam. Como maneira de validar e reafirmar toda dedicação que elas afirmam ter, a rotina repleta de horários marcados, com treinos ao longo do dia, dietas que se pretendem equilibradas, elas postam suas imagens, seus corpos, suas impressões, sobre o que é ter o estilo de vida fitness, como assegu-
ração de todo o discurso e de todo o mercado envolvido, que depende delas, já que são modelos, representando essas marcas, e com o quase dever de propagar a ideia de que para ter o corpo que elas têm, é preciso uma dedicação no mínimo parecida com as que elas têm.

4.2. A utilização do tempo pelas blogueiras fitness

Um dos assuntos mais comentados e discutidos nas páginas das blogueiras fitness por suas seguidoras é a questão do tempo. Elas perguntam abertamente nas postagens como o tempo das intituladas "musas" rende, como que elas conseguem fazer aparentemente tantas coisas durante o dia e ainda ter tempo de ir à academia, preparar suas refeições, ir a centros de tratamento de estética e salões, cumprindo horários de trabalho e afazeres domésticos.

Elas mostram que usam o seu tempo de maneira quase sempre organizada, em rotinas típicas, fazendo de seus cotidianos objeto de desejo de muitas seguidoras. O tempo se constitui, nesses contextos, como uma categoria de distinção. As blogueiras mostram como utilizam o tempo, desde o café da manhã até a hora de dormir, evidenciando que é possível aproveitar o dia, quase sempre de maneira produtiva e realizar todas as atividades que precisam ser feitas, seja cuidar do filho, preparar refeições, participar de reuniões de trabalho e, ainda, aproveitar família e amigos, sempre bem produzida e sem deixar de cuidar de si. O que parece ser uma rotina desafiadora para muitas mulheres, nas postagens dessas blogueiras parece ser algo simples de se administrar. Mas, diferente das blogueiras, seus seguidores mostram, nos comentários deixados nas postagens delas, que não conseguem arrumar um espaço de tempo em seus cotidianos para realizar, além das tarefas profissionais e domésticas, treinos físicos e organizar dietas, e ainda demonstrando o apreço e objetificação da rotina das blogueiras,

como por exemplo: “@gabrielapugliesi vc (sic) arrasa, fora que ver deus vídeos de ‘manhã’ incentivativa e mostra que é possível encaixar exercícios na rotina!!! Te adoro e sou sua fã, bjos (sic) de luz Gabi”, postado pela seguidora @amanda_apdomingues; “Vc podia me adotar pra (sic) um projeto fitness mudança de vida... to (sic) precisando @gabrielapugliesi”, postado pela seguidora @tahchagas; “queria ter a metade da força que você tem pra se exercitar todo dia, te admiro demais”, postado por @natbaby; “Plena! Mra! (sic) Plenitude da maravilhosidade (sic) das galáxias!!! Ga, tu és minha inspiração apesar de estar com 39 aninhos, mas chego lá!!! Te adoro como uma amiga próxima mesmo, não posso passar um dia sem ver o q vc (sic) aprontou no teu dia kkk e é sempre inspirados em td (sic)”, postado pela seguidora @claudianenemorandi; comumente reclamam da dificuldade em encontrar uma lacuna na rotina para a prática de exercícios, preparo de refeições para comer durante o dia e até mesmo qualquer espaço de tempo para ir religiosamente ao salão e ainda conseguir fazer todos os afazeres obrigatórios.

Thorstein Veblen, em sua Teoria da Classe Ociosa (1965), fornece subsídios importantes para refletir sobre o uso do tempo com a finalidade de visibilidade social. No contexto discutido pelo autor o ócio é tido como privilégio de poucos, das classes mais altas que têm como dispor de uma vida desvinculada do trabalho braçal com mais tempo livre.

O tempo livre, segundo Veblen (1965), é privilégio de poucos, tido como objeto de superioridade, poder e status. Mas ainda assim, é preciso utilizar esse tempo livre de maneira que traga algum retorno ao intelecto e/ou físico, mas não necessariamente útil, realizando alguma atividade, seja para a mente ou corpo, em forma de lazer, chamados de “bens imateriais”. Nas contas do Instagram das blogueiras fitness, ao longo do dia, são postadas fotos mostrando o que elas estão fazendo no momento ou o que já fizeram; durante a manhã, fotos mostrando seus cafés da manhã, que geralmente são compostos por chás, café preto com óleo de côco, ovos, frutas (o abacate sendo o mais recorrente), e *whey protein* (alimento proteico que auxilia no ganho de massa muscular); algumas postam fotos fazendo exercícios físicos logo pela manhã, em academias, parques ou centros de treinamento [que são mais voltados para a prática de *crossfit* (atividade física de alta intensidade com exercícios variados e rápidos) ou de lutas marciais], outras postam fotos declarando estar fazendo algum trabalho profissional, participando de reuniões de negócios, fazendo fotos para alguma campanha nova; durante o restante do dia, as postagens seguem de forma mais dinâmica, mostrando lanches, como castanhas, frutas, barrinha de proteína, postagens patrocinadas (que se aplicam bastante à noite, por ser um turno com mais movimentação de usuários), fotos com looks do dia, família, amigos, idas ao salão de beleza, centros de estética.

As blogueiras fitness não seguem exatamente um padrão, em dias de viagens, as atividades são geralmente realocadas de acordo com os horários atípicos, mas sempre tentando não fugir da

alimentação saudável e práticas de exercícios, elas continuam frequentando academias da cidade onde estiver, seja dentro de hotéis ou não, parques, ou inclusive dentro do quarto, utilizando aparelhos simples e fáceis de carregar como cordas de pular, elásticos, *slides* (que servem para fazer exercícios para os membros inferiores), TRX (Total-body Resistance Exercise, método de exercícios físicos que utiliza o próprio peso do corpo), entre outros aparelhos.

O tempo de postagens varia dependendo da blogueira e do dia em si, na conta da Gabriela Pugliesi, foi observado uma média de 3/4 horas entre as postagens; na conta da Bella Falconi, essa média de espaço de tempo se estende para 5/6 horas; já na conta da Kéfera Buchman, esse tempo aumenta tendo, em média, 2 fotos por dia ou apenas uma, tendo semanas em que só tem 2 postagens. Ainda de acordo com Veblen (1965), para se usufruir do tempo livre, é necessário ter condições financeiras abastadas para conseguir aproveitar a ociosidade. No caso deste presente trabalho, o estilo de vida fitness, é caracterizado como forma e hábito de consumo, por ter uma certa padronização cultural, que abrange ideias, gostos e práticas em comum. Apesar desse conjunto, segundo Veblen (1965), o ser humano preza pela individualidade, para a classe ociosa, nem todos podem ter direito a ociosidade, já que esse tem que ser um privilégio para os que podem pagar e, principalmente, para se sobressaírem em termos de status, a classe ociosa não pretende ter equidade em relação à classe trabalhadora. De acordo com Aline Barato Cheluchinhak e Fernando Renato Cavichioli:

O agente, ao buscar aceitação do grupo social em que está inserido, tem um comportamento restringido pelas normas em vigor. As instituições que não são neutras quanto à formação das preferências, influenciam a formação dos desejos dos indivíduos. O desejo de cada agente seria o resultado de suas características inatas e da sua experiência de vida que se realizam dentro de uma malha institucional e de circunstâncias materiais (CHELUCHINHAK, CAVICHIOLLI, p.12, 2010).

Sendo assim, e em concordância com Veblen (1965), cada um tem suas decisões, hábitos e estilo de vida, influenciados pelas instituições a qual está inserido. Tendo em vista o estilo de vida fitness, a classe ociosa utiliza do esporte como uma das principais ocupações, com o intuito de relevância e proeza (Cheluchinhak, Cacichioli, 2010).

Mediante a habilidade, os esportes se transformam gradualmente, de uma base de combate hostil, em astúcia e chicana, sem que seja possível traçar-se uma linha divisória em qualquer ponto. A base da inclinação para o esporte é uma constituição espiritual arcaica – a posse de uma inclinação predatória emulativa em potência relativamente alta. Uma forte propensão para a proeza temerária e para infringir danos é especialmente pronunciada naqueles costumes de uso coloquial, especificamente denominados esportividade.(VEBLEN, p 384, 1965)

Tendo em vista esse referencial e analisando os perfis das blogueiras fitness, objetos dessa pesquisa, é trazida uma gama de opções de utilização do tempo livre e do tempo produtivo laboral e, levando-se em consideração essas teorias, as blogueiras fitness aqui estudadas não se mostram pertencentes à classe ociosa, pois todas exercem algum tipo de trabalho, certo que nem sempre industrial, mas quando é observado algum momento em que a rotina delas é quebrada, seja por uma viagem de férias ou algum outro acontecimento menos convencional, é possível enxergar que o uso do tempo pelas blogueiras acaba sendo característico, na maioria das vezes, da ociosidade de Veblen (1965), usufruindo do tempo livre de forma luxuosa e sem tantos limites econômicos aparentes em seus gastos.

De toda forma, mesmo exercendo alguma atividade laboral (pensar a profissionalização na trajetória da blogueira, como passa a ter uma equipe, assessoria, etc), a utilização do tempo por essas blogueiras pouco se assemelha à de suas seguidoras em geral, lendo comentários deixados por estas nas postagens das blogueiras, muitas justificam a inatividade física e organização de uma dieta equilibrada por causa da falta de tempo devido ao trabalho ou até mesmo a falta de dinheiro. A dificuldade de encontrar uma brecha de tempo durante o dia é comum entre as seguidoras, que especificam ainda que, quando sobra algum tempo, falta disposição, devido ao cansaço de toda a rotina.

Mesmo não tendo essa aproximação física com as blogueiras, as seguidoras continuam seguindo, comentando, especulando e almejando conseguir algum tempo ocioso em suas rotinas. A vontade de se inserir no meio fitness, é inspirada e praticamente imposta com posts implicando que quem arruma qualquer tempo para se dedicar à saúde e ao próprio corpo é “desculpa” muitas vezes. Nos perfis das blogueiras, há diversos posts explicitando o argumento de que “se eu consigo arrumar tempo na minha agenda lotada, por que você (seguidora) não conseguiria?”, e afirmam ainda, que é preciso ter organização e paciência, além de dedicação a todas as atividades do dia. Para Cheluchinhak e Cacichioli (2010), esse comportamento é característico de quem pratica esporte:

O esporte seria uma forma de exercitar a destreza e a ferocidade emulativa, bem como a característica astúcia da vida predatória, satisfazendo o instinto de artesanato, sem entrar em desacordo com as regras da dignidade que lhes aconselhariam o mesmo como a expressão de uma vida pecuniária imune à censura. (Cheluchinhak, Cacichioli, p. 26, 2010)

Além de mostrar a rotina cheia de afazeres, hora ou outra elas mostram que saem e se “permitem” fazer algo fora do corriqueiro, viajam, fazem passeios, compras, tiram o dia *off* para

descansar alegando que elas também merecem como qualquer um, um dia sem obrigações (o tempo livre). No caso delas, blogueiras fitness, o final de semana raramente se aplica nesse contexto, já que a rotina de exercícios e alimentação balanceada é referente a todos os dias da semana, além de participação em eventos oferecidos pela classe altas ou mesmo publicitários.

Os estilos de vida, como explica Bourdieu em *Gostos de Classe e Estilos de Vida* (1993), são constituídos de práticas e propriedades que são delineados segundo o modo de vida de cada classe social e que também são agentes ativos da caracterização da “condição de existência”. Cada ação, gosto específico, são característicos de algum estilo de vida, que são construídos e fomentados de acordo como determinada classe vive; as condições materiais, imateriais como a educação herdada pela família e pelos locais frequentados por certo indivíduo, traduzem basicamente o estilo de vida desse, são a cultura característica de uma pessoa. O que ela come, os locais que ela frequenta, as pessoas as quais ela mais convive, vão moldando, de acordo com as condições financeiras e tradições, o estilo de vida, esse indivíduo provavelmente irá ter gostos parecidos do seu grupo de convivência, e provavelmente, distinto de outros grupos que têm uma herança e hábitos diferentes, por mais próximos geograficamente que estejam.

Constituído num tipo determinado de condições materiais de existência, esse sistema de esquemas geradores, inseparavelmente éticos ou estéticos, exprime segundo sua lógica própria a necessidade dessas condições em sistemas de preferências cujas oposições reproduzem, sob uma forma transfigurada e muitas vezes irreconhecível, as diferenças ligadas à posição na estrutura da distribuição dos instrumentos de apropriação, transmutadas, assim, em distinções simbólicas. (BOURDIEU, p.01 1983)

Bourdieu explica ainda que as práticas que características de um indivíduo que marcam seu estilo de vida, se justificam pelo “princípio gerador de todas as propriedades”, ou seja, não é exatamente porque aquele indivíduo nasceu em uma determinada classe que isso irá determinar sua condição de existência e sim por suas práticas cotidianas que marcarão seu estilo de vida, o que, basicamente, está ligado à sua condição material, às suas urgências e necessidades materiais temporais “as oposições entre as classes se exprimem tanto no uso da fotografia ou na quantidade e qualidade das bebidas consumidas quanto nas preferências em matéria de pintura ou de música”(BOURDIEU, p.03,1983).

Uma mulher que nasceu na aristocracia, por exemplo, terá uma tendência a se comportar de acordo com o que lhe foi passado, como se portar de maneira mais clássica, ter gosto por comidas mais sofisticadas, roupas de grife que também representem uma certa tradição (como as maisons, que

lhe aferem um significado de ascensão social); enquanto um mulher que nasceu na periferia não costuma seguir tradições formais, preferindo fazer como lhe convém, comendo pelo gosto e pela saciedade e não necessariamente pela estética, utilizando uma linguagem menos formal, usando roupas que estão na moda popular e que geralmente representam seus gostos culturais, de acordo com o podem pagar.

Cada detalhe de toda ação praticada por um determinado indivíduo é característico do meio em que vive de acordo com Bourdieu. Com a internet e o advento das redes sociais, enxerga-se essas diferenças de *ethos* nos perfis e contas de usuários, desde o estilo e temática de postagem de fotos, músicas e textos, o indivíduo provavelmente irá postar coisas com que identifica. Mas ainda assim, as redes sociais também dividem gostos e ideias; pela facilidade de compartilhamento e de busca, uma mulher do interior da Bahia pode seguir uma modelo francesa, apenas buscando no browser por palavras-chave como “modelo paris”, ainda que o mundo da alta-moda não faça parte da realidade dessa mulher do interior. Porém, esse contexto pode ficar somente no universo online. Como pode ser observado em Boudieu (1983) que explica que a distinção nos estilos de vida é que acaba afetando no final.

A própria disposição estética, que, com a competência específica correspondente, constitui a condição da apropriação legítima da obra de arte, é uma dimensão de um estilo de vida no qual se exprimem, sob uma forma irreconhecível, as características específicas de uma condição. (BOURDIEU, 1983, p. 06)

Ainda assim, há a influência de outros grupos culturais na vida de uma pessoa, uma garota que sempre viveu no Lago Sul, região administrativa mais rica de Brasília-DF, vai a festas que tocam rap e funk, característicos das regiões mais pobres, justamente porque teve contato com esses estilos musicais de algum modo, seja um amigo da escola que indicou, um site na internet, perfil, ou, numa realidade mais aparente, porque a música periférica está sendo tocada na maioria das festas locais. Esse produto, no caso a música, saiu de seu *ethos* original e está sendo inserido em outros grupos culturais, onde em alguns casos pode perder a identidade cultural, enquanto em outros é reforçada, vai depender de cada caso, de cada grupo.

O mesmo ocorre com o ideal de corpo feminino, ao longo de toda a História da humanidade, a utopia do corpo ideal é retratada em obras de arte, estatuetas, quadros de pintura, esculturas, mostram como esse ideal vai mudando com a evolução humana, na Grécia antiga, antes de Cristo, o corpo era contemplado pela sua capacidade de realizar atividades físicas, saudável e fértil, de acordo com Paim (2004):

Persistiu a visão unissexuada do corpo, ou seja, o modelo de sexo único: homens e mulheres eram considerados da mesma natureza biológica. O corpo feminino é visto como inferior ao corpo masculino, sendo que a diferença residia no grau de calor do corpo, quanto mais quente, mais perfeito (PAIM, 2004).

Na Idade Média, devido à influência da Igreja Católica, a devoção ao corpo era proibida, tida como pecado, somente a alma era tida como pura, não podia-se sucumbir aos desejos e prazeres da carne, "o corpo tornou-se culpado, perverso e necessitado de purificação" (PAIM, 2004).

A partir do período Renascentista, o corpo feminino começa a receber certo valor, da liberdade do corpo humano e começa a ser questionado e tido como preocupação, de acordo com Paim (2004), a realização terrena junto com o estudo do corpo começam a serem valorizados, há uma redescoberta do corpo, que é amplamente retratado com destaque em pinturas de Michelangelo e Da Vinci, por exemplo. "O corpo é visto como um objeto técnico instrumental que opera com bases em códigos genéticos, como um autônomo que, por meio de operações e cálculos, torna-se previsível e controlável e que, tem como analogia a máquina, modelo de Descartes. Assim, o corpo passa a servir à razão." (PAIM, 2004).

Mas somente no século XVIII, o corpo feminino ganha identidade sexual e identidade de gênero com as lutas de gênero. A partir de então, a sociedade percebe o corpo da mulher como algo próprio. De acordo com Rosário (2004), com o avanço da tecnologia, o corpo feminino ganha novas representações, que saem do âmbito das pinturas e esculturas exclusivas para atingir a massa, com as fotografias e o cinema, por exemplo. O corpo feminino invade as propagandas publicitárias, sendo representado de forma sensual e jovem, formando um novo ideal para o público em massa, na cultura ocidental, "o aparecimento de rostos jovens, maliciosos e sensuais na tela, somados a outros fatores, foram cruciais para a construção de um novo modelo de beleza" (PAIM, 2004)

Na verdade, os iniciadores da nova estratégia - indissociavelmente, estética e comercial, - conseguiram, através de uma representação intuitiva da nova arte de viver burguesa ("A mulher Courrèges, alta, jovem, bronzada, cabelo curto, decidida, sorridente, alegre", "mulher apaixonada pelo conforto e liberdade"), cativas as mulheres da nova burguesia, que exige apenas o reconhecimento da legitimidade do novo estilo - e do novo estilo de vida. (BOURDIEU, p. 173, 2002)

Bourdieu (2002) explicita que a mulher que acompanhava as tendências, ao menos nos meados do século XX, era a nova mulher burguesa, que tinha dinheiro para seguir e ser realmente influenciada por esses novos fatores como a moda e o cinema, que eram (e ainda são), um meio de se distanciar das classes mais baixas e/ou de tentar parecer com a aristocracia e, principalmente, de criar a própria identidade.

Numa tentativa de tentar amenizar as diferenças significativas, as classes mais baixas recusam as imposições das classes burguesas, ou mesmo adaptando ao seus estilos de vida, colocando novos significados àquela cultura adquirida.

Além de todo o aparato estético, o estilo de vida das blogueiras fitness é ligado, principalmente quando abordamos casos das mais conhecidas no meio, à questão do marketing, do interesse econômico de marcas relacionadas ao mundo fitness, sendo as redes sociais, principalmente o Instagram, ferramentas essenciais para divulgação de produtos e marcas do mercado. As blogueiras são vitrines dessas marcas, exemplo a Bella Falconi, que é modelo e atleta da marca americana de roupas e suplementos Shredz. Bella posta várias fotos e vídeos em seu Instagram usando roupas da marca e consumindo algum suplemento da mesma, sempre indicando os benefícios do que está mostrando na postagem e marcando a conta do Instagram da marca. Já a blogueira Gabriela Pugliesi intitula suas postagens publicitárias de “publipost”, em que faz alusão ao consumo do produto que representa.

Há, nos perfis do Instagram das blogueiras, a supervalorização do estilo de vida saudável, que traz não somente a questão da alimentação como a da prática de exercícios físicos, mas também a estigmatização dos valores conquistados com o estilo. Elas mostram que para conseguir tudo o que já alcançaram, é preciso persistência e muita dedicação; esse tudo abrange corpo, trabalhos, ser referência no mercado, família e amigos que sempre estão por perto apoiando. Através da lógica “o trabalho dignifica o homem”, elas mostram constantemente que nada do que elas conquistaram é por acaso.

Gabriela Pugliesi, por exemplo, posta várias mensagens, em legendas, que todos os bens materiais que possui são frutos do seu trabalho, em que muitas vezes fala que o sucesso que tem hoje se deve à sua rotina e interesses, que são basicamente voltados para o tipo de vida que tem, o que inclui: acordar cedo, há vários vídeos e fotos no perfil dela mostrando que acorda por volta de 5h30m, sua dedicação e acompanhamento nos negócios, os quais ela sempre busca estar presente e se mostra como uma pessoa que interfere nas principais decisões negociais, se mostra como uma pessoa que doa parte de seus lucros à instituições carentes, que guarda seu dinheiro para investir no patrimônio pessoal (ela mostra quando compra uma casa), e que ainda utiliza de seus recursos financeiros para realizar viagens em família e amigos a passeio.

O estilo de vida das blogueiras fitness constroi em uma relação estreita com o mundo do marketing todos os dias. Elas mostram que para ter o estilo de vida delas, é preciso, de certo modo, abdicar de certos costumes tradicionais e engrenar na lógica mercadológica, mas não mostram explicitamente que para conseguir isso, é preciso economizar. A lógica capitalista moderna pede que o indivíduo consuma hoje, gaste seu dinheiro hoje, para só amanhã se preocupar com sua conta. A

publicidade estampada nos perfis das blogueiras, indicando o uso de certos produtos não são, (ou quando são, são embutidos em posts publicitários como indicações de banco e cartões que prometem cobrar menos juros), produtos para que o seguidor economize, elas pouco falam de economia, elas sempre falam que é preciso trocar o estilo de vida comum, por um estilo parecido com o delas, que substitui a maioria dos produtos alimentícios consumidos, que nem sempre irão ser mais baratos, sugerem academias e centros de atividades físicas que podem não ser do mesmo valor que o seguidor está acostumado a pagar, fazem publicidade de roupas que nem todos os seguidores têm condições de pagar.

Elas mostram que para chegar onde elas chegaram, foi preciso dedicação, paciência e persistência, deixando claro em suas postagens que o estilo de vida que levam é fruto de um trabalho que custa alguns sacrifícios, como deixar de comer doces sempre que quiser, e mantendo sempre o foco em suas rotinas, sem deixar de se exercitarem independente de onde estejam. O tempo livre para as blogueiras fitness ganha um outro significado e aparentemente, um aspecto diferente do usual, mostrando seus cotidianos de forma a parecer que elas sabem dividir os horários, mantendo uma organização quase perfeita do tempo, tomando como prioridades as questões do ser saudável e de se preocupar com a aparência física e estética, além de mostrar que somente através de toda a dedicação que mostram, fora possível estabelecer seus próprios horários, suas próprias rotinas e de fazer do resultado dessa dedicação, um trabalho mostrando que estão felizes fazendo o que gostam graças ao esforço que tiveram em fazer do estilo de vida saudável, suas vidas pessoal e profissional fazendo do uso de seus tempos, um dos principais objetos de desejo de seus seguidores.

De acordo com Elsa Costa e Silva (2014), blogues (blogs em inglês) são “Espaços de auto-expressão, de debate, de partilha e de discussão”. Algumas blogueiras fitness, como por exemplo Gabriela Pugliesi, que começou informalmente, a postar dicas, curiosidades e textos sobre a rotina dela, sobre o estilo de vida que leva em um blog, trazendo discussões maiores e mais profundas do mundo em que vive, além de abordar mais categorias de sua vida e até de outra pessoas (muitas vezes como convidado entrevistado) numa maneira de ampliar a divulgação e direcionar um pouco dos conteúdos mais extensos a uma rede social diferente. Porém, no caso da Pugliesi, o sucesso do seu perfil no Instagram começou a demandar uma maior interação da blogueira com seus seguidores, recebendo mais postagens e mais repostas dela nos comentários, “profissionalizando” sua conta no Instagram, utilizando-o como um blog que opera de maneira mais instantânea.

A capacidade de interação dos blogs é fundamental para que seu princípio funcione, a blogueira, aquela que gera conteúdo na página e torna público ou deixa restrito a si mesmo ou a um grupo menor de pessoas, tem o poder de gerar discussões, de qualquer assunto que deseje, numa tentativa de conseguir leitores ou visitantes que conversem através de fóruns ou comentários sobre o

tema abordado. Os blogs, Segundo Silva (2014), “podem partilhar semelhanças com outros momentos históricos de constituição da esfera pública”, ou mesmo privada, “podendo se dedicar aos mais diversos assuntos, desde a política ao jogos, passando pela literatura, fotografia, moda ou animais de estimação”, em concordância com Recuero:

A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social. Os autores entendem que a interação atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional. A interação, pois, tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo. (RECUERO, p. 31, 2009)

Com a popularização das redes sociais, redes como o Instagram tomaram espaço no gosto popular, visto a quantidade de usuários da rede, que em Junho de 2016, ultrapassou os 500 milhões, sendo 37 milhões somente no Brasil, respondendo a 7% do total de usuários segundo uma notícia veiculada no site de notícias G1 (<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>), e ainda, por dia, são postadas cerca de 95 milhões de fotos e vídeos, um número relativamente alto para uma rede social, que perde somente para o Facebook em número de postagens e visualizações. Estatísticas atrativas para aqueles que desejam ter conteúdos difundidos em massa, sendo muito mais provável, dependendo do público alvo, que suas publicações sejam visualizadas e discutidas.

O sucesso dos blogs, de modo geral, se deve ao uso da tecnologia simples que, apesar da complexidade de programação para se construir ou para a manutenção das redes, a manuseabilidade é relativamente fácil, pensados no maior proveito e satisfação do usuário servindo ainda de instrumentos de sociabilidade com a comunidade em que vive ou para quem busca algum tipo de referência (Silva, 2014).

O volume de conteúdos gerados por usuários, sejam textos, debates, fotos, vídeos, para terceiros, sejam estes anônimos ou não, alidado à facilidade de postagem no Instagram, faz com que este volume de material diário seja alto e, ainda assim, com público suficiente para ter conhecimento desse conteúdo. Conteúdo que muitas vezes se refere às práticas sociais do indivíduo, como é o caso das blogueiras fitness, mulheres (tomado aqui como objeto de estudo somente mulheres) que têm um estilo de vida diferente do da maioria, que levam uma vida mais saudável aparentemente, fazendo refeições mais leves, tendo uma rotina de treinos físicos, e que tomam como prioridade postar todo seu cotidiano, seu estilo de vida em seus perfis do Instagram.

Every day is made up of a broad range of social practices that recur in the routine of people's experience. They include work, family, sociability, consumption, health, social services, security, entertainment, and the construction of meaning through perception of sociocultural environment. Because mobile communication is pervasive and reaches all domains of human activity, its mediating effects can be observed in these different dimensions. (CASTELLS/FERNÁNDEZ-ARDEVOL/ QIU/SEY, 2007, p. 77)

Tendo em vista essa afirmação, o produto postado pelas blogueiras fitness segue uma tendência mundial na questão do conteúdo; não há restrições, pelo menos na parte ocidental do globo, do que as pessoas devem ou não postar em suas contas particulares, é claro que a medida que um indivíduo vai firmando seu espaço e reconhecimento em determinado mercado, seu nome ficará atrelado a tal, sendo assim, esse indivíduo indiretamente será forçado a publicar posts que agradem e atendam seu mercado específico, mas, ainda assim, ele pode postar o que realmente quer. No caso das blogueiras fitness, elas são basicamente o produto principal, o corpo e o rosto servem de modelos de um estilo de vida ao qual fazem parte, servindo para a promoção de produtos que estejam ligados a esse estilo, alimentícios e de vestuário principalmente.

Quando uma blogueira tem um número considerável de seguidores e de curtidas em seu perfil do Instagram, ela começa a chamar a atenção de outras pessoas simpáticas ao conteúdo que posta, que começam a segui-la e a interagir através das curtidas (ou *likes*), de comentários deixados nas postagens, seja falando diretamente do perfil, com elogios, sugestões ou críticas, ou marcando algum amigo, ou mesmo enviando uma mensagem direta (*direct*), função do Instagram que permite que o seguidor envie uma mensagem privada em que somente, a blogueira no caso, visualize, criando uma espécie de chat. Mas desperta também a atenção de pessoas contrárias ao conteúdo postado, gerando discussões dos mais diversos níveis, como o caso de alguns profissionais da área da saúde, conhecidos como *#teamcérebro*, que utilizam artigos científicos e estudos acadêmicos para mostrar pontos negativos de certos conteúdos postados pelas blogueiras. Muitas dessas discussões se dá em posts de vídeos das blogueiras realizando algum exercício físico inovador ou que poucas pessoas podem fazer pelo grau de dificuldade do exercício feito.

Também há conflito através da ação de trolls que utilizam o espaço de comentários para ofender o blogueiro ou fotologueiro. Esses conflitos podem gerar rupturas e, até mesmo, fazer que um determinado fotolog seja fechado pelo administrador do sistema. No Orkut, conflitos também são frequentes. Há comunidades para que as pessoas escrevam sobre as outras que odeiam, comunidades ofensivas, defensoras do racismo ou nazismo, ofensas em comunidades, em perfis, etc. (RECUERO, p.84, 2009)

Não necessariamente os perfis das blogueiras sofrem esse tipo de ataque, mas é presente e visível o conflito, de forma mais geral, entre alguns perfis no Instagram que não são tão favoráveis ao tipo de postagem e descrição de legendas utilizados por elas, há pessoas que discutem nos comentários dos posts das blogueiras ou mesmo levam a discussão para seus próprios perfis, geralmente alegando que por elas terem um número considerável de seguidores, não poderiam estar influenciando-os a seguirem determinada dieta ou treino, além de que elas ou não possuem formação na área, ou não são credenciadas no Brasil para exercer a profissão de personal trainer ou de nutricionista; muitas dessas pessoas que levam esse tipo de discussão adiante, são profissionais da área de saúde ou mesmo pessoas comuns que já viram em alguma outra conta do Instagram, artigo científico, livro, textos contestando algo que a blogueira tenha postado. Em alguns casos, geram conflitos entre esses grupos maiores, por um ou o outro ultrapassar limites de respeito, com acusações e até xingamentos presentes.

Esses comportamentos são capazes de alterar a estrutura da rede e as conexões entre os nós. Por exemplo, o surgimento de um grupo em uma rede social exige que os atores que fazem parte dessa rede engajem-se em um processo de cooperação. Sem cooperação, não há grupo. Do mesmo modo, a difusão de informações e a propagação de memes também necessitam da cooperação entre os atores membros de uma mesma rede. Já o conflito pode ser altamente benéfico no sentido de fortalecer os grupos, mas também pode desestruturar os grupos e ocasionar uma ruptura destes. (RECUERO, p.91, 2009)

Para a manutenção de cada grupo, em concordância com RECUERO (2009), é necessário que haja cooperação entre os membros. Essa cooperação se dá pelos interesses em comum, o interesse mais aparente, no caso do grupo favorável às postagens das blogueiras, ao conteúdo gratuito e interativo de caráter motivacional, além dos aspectos de celebridade agregados às blogueiras, como alguns seguidores que as intitulam de musas.

5. Gabriela Pugliesi: sensação fitness do Instagram no Brasil

5.1 Análise descritiva

Gabriela Pugliesi é considerada um fenômeno da internet (pelas redes sociais e revistas especializadas), principalmente das novas redes sociais, como o Instagram e Snapchat. A blogueira tem cerca de 2.800.000 milhões de seguidores em uma das redes. O conteúdo que ela posta se resume à prática de exercícios físicos, alimentação, looks do dia, saídas com os amigos e viagens para lugares paradisíacos. No ano de 2015, Pugliesi lançou também um canal no YouTube chamado “Vendi Meu Sofá”, onde ela entrevista convidados famosos para falar sobre suas rotinas, experiências de vida, dicas de beleza e alimentação. O canal possui cerca de 217 mil inscritos e quantidade de visualizações varia entre 20 mil e 427 mil por vídeo.

Baiana, radicada em São Paulo, Gabriela Pugliesi nasceu no ano de 1985, tendo como formação Desenho Industrial, porém, sempre trabalhou no ramo do comércio. Seu sobrenome Pugliesi foi herdado do primeiro casamento com o personal trainer Thiago Pugliesi, tendo sido registrada no nascimento como Gabriela Ledo Ferreira. A atual blogueira era uma criança considerada acima do peso, até que, quando adolescente, Pugliesi decidiu mudar os hábitos alimentares e começou a praticar exercícios físicos. Mas a fama dela só teve início com o uso das redes sociais, com a criação de uma conta no Instagram e um blog, que hoje é pouco atualizado, chamado “Tips 4 Life”.

De acordo com o Jornal Extra, foi a partir do ano de 2013 que a blogueira passou a chamar a atenção pela grande quantidade de seguidores que ganhava em pouco tempo e principalmente, por

mostrar seu corpo magro em fotos e como faz pra conseguir a barriga dos sonhos. Durante o ano de 2015, Gabriela Pugliesi lançou a própria marca de roupas fitness, assinaturas de linhas para marcas reconhecidas nacionalmente, é sócia de duas tapiocarias e de uma academia, ambas na cidade de São Paulo, além disso, ela é cogitada em eventos e palestras por todo o país e modela para marcas esportivas internacionais também.

É possível observar, que muitas de suas seguidoras, principalmente no Instagram, a elogiam e admiram sua rotina, principalmente quando o assunto é dieta e exercícios físicos. Muitas falam com a blogueira como se fossem íntimas, falando positiva ou negativamente, sugerindo o que fazer ou o que não fazer, além de muitas pedirem dicas e instruções sobre diversos assuntos, incluindo esses últimos citados, como exemplo os comentários deixados em um post das seguidoras @souzadary: “Vc (sic) é minha motivação, comecei a malhar a (sic) algumas semanas, luto todos os dias para vencer a preguiça e sair da cama (sic) cedo, pra (sic) um dia ficar com uma barriguinha igual a sua”; @lletiateixeira: “Eu sou apaixonada por você, obrigada por todos os dias, te acompanhar é um privilégio”. A blogueira geralmente não responde aos elogios nos comentários, quando ela interage diretamente com algum seguidor, ou respondendo a alguma dúvida ou alguma crítica ou desmentindo alguma afirmação de algum seguidor, seja em relação à vida pessoal ou não. Não há uma relação de reciprocidade entre a blogueira e suas seguidoras, mas ainda assim, elas a tratam como se fosse alguém próximo do convívio delas, como um amigo pessoal ou da família.

O perfil no Instagram da Gabriela Pugliesi traz informações do perfil na rede social SnapChat, contato para parcerias, endereço do seu canal (Vendi meu Sofá) no YouTube, além do endereço de site de um hospital pediátrico o qual ajuda financeiramente e pede em seus posts ajuda dos seguidores. Logo abaixo, quase dez mil fotos são compartilhadas abertamente, mostrando um perfil de caráter mais profissional que pessoal.

Essas fotos mostram seu cotidiano, com muitas postagens de refeições, exercícios físicos, amigos, noivo, cachorros de estimação, frases motivacionais e publiposts. A maioria dos publiposts são intitulados assim na barra de localização da foto (como se fosse um título), uma prática tomada, se observado, somente nos últimos dois anos, após Gabriela receber uma advertência do Conar, já que não estava declarando que eram posts publicitários quando fazia visivelmente publicidade de produtos, de acordo com a Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, “Art. 28 O anúncio deve ser claramente distinguido como tal, seja qual for a sua forma ou seu meio de veiculação. Art. 29 O Anunciante será sempre claramente identificável, seja pela marca do produto, seja pelo nome do fabricante, fornecedor ou distribuidor, exceção feita ao previsto no § Único do Art. 9º.”; essas publicações trazem então abertamente a blogueira fazendo publicidade de produtos que ganha ou que a patrocinam, falando sempre bem sobre, dizendo aprovar o produto, sejam alimento, roupas,

hotéis, máquinas fotográficas e até comida de cachorro, dando dicas indicando onde seus seguidores podem adquirir. Alguns desses publiposts não são intitulados na barra de localização, apenas são descritos na legenda com a mesma estrutura dos demais.

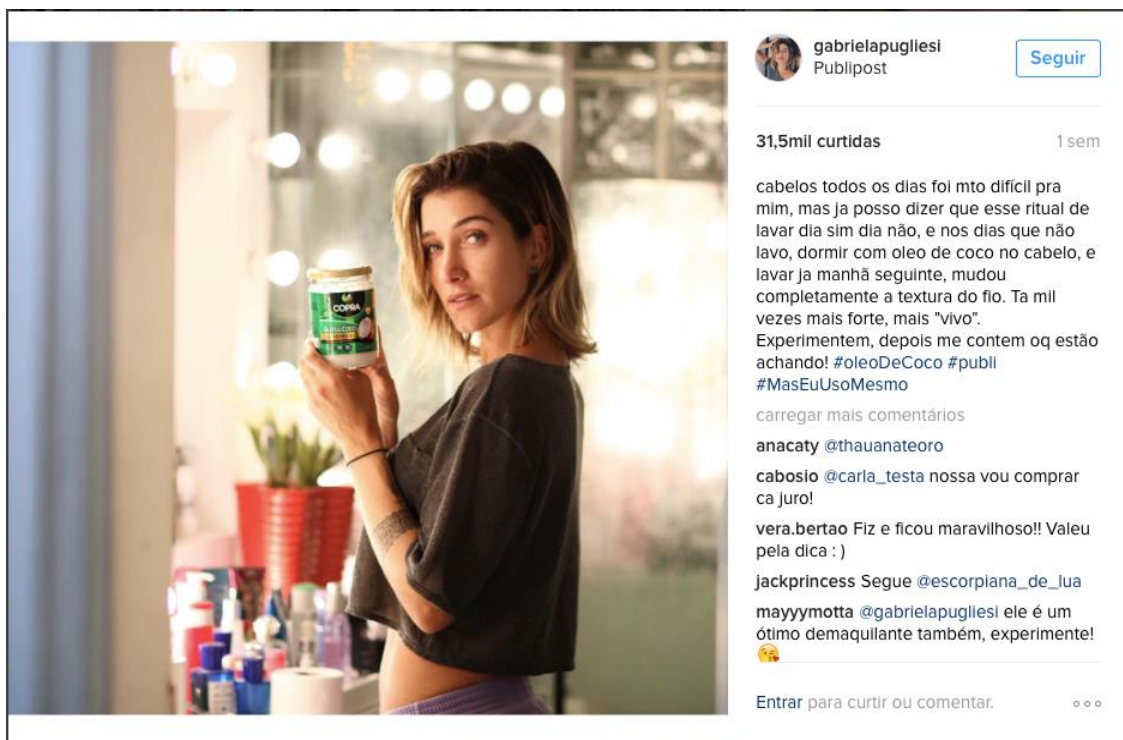
Figura 2 – Post publicitário não intitulado



Fonte:Instagram @gabrielapugliesi

As postagens de refeições são frequentes, além dos publiposts de comidas, a blogueira mostra o que comeu no café da manhã, almoço e jantar, além dos lanches que faz ao longo do dia, saídas a restaurantes de onde estiver, além de receitas que ela mesmo faz mostradas em vídeos ou apenas descritas na legenda das fotos. As receitas, em sua maioria, são receitas práticas e com ingredientes naturais e funcionais, geralmente alimentos que nem todos têm acesso facilitado ou não possuem condições de usar, como óleos vegetais (de côco principalmente), farinhas funcionais, sementes como linhaça e chia e castanhas. Há também postagens de comidas que não são consideradas de baixo teor calórico ou mesmo funcionais, como fondue de chocolate e sushis, porém com mais raridade, alegando nas legendas que são um descanso da dieta e estilo de vida saudável que afirma levar.

Figura
3- Post
publici-
tário in-
titulado



Fonte: Instagram @gabrielapugliesi

A rotina de exercícios da blogueira é diversificada, as postagens no Instagram mostram exercícios aeróbicos em studios e em parques, musculação em academias, treinos funcionais, prática de crossfit; mesmo quando está viajando ou em sua própria casa, Gabriela Pugliesi mostra exercitar seu corpo sempre. Em muitas postagens de treino, sejam vídeos ou fotos, a blogueira recomenda que seus seguidores a acompanhem pelo SnapChat, já que o aplicativo suporta mais vídeos e eles desaparecem em 24 horas. Ela também costuma indicar personals trainers que passam seu treino, sejam presencialmente ou online, como o caso do coach Bueno, brasileiro que mora nos Estados Unidos que faz sucesso entre as blogueiras fitness mais ricas.

Ela explica, principalmente nos vídeos do Instagram, qual exercício praticou, como executou, quantas séries ela faz e peso e, dependendo, o tempo que levou para praticá-lo, às vezes até mesmo quantas calorias supostamente gastou; Gabriela Pugliesi posta fazendo exercícios sozinha, com amigos, família ou noivo também. As postagens de práticas de exercícios físicos são aparentemente as que mais aparecem em seu perfil.

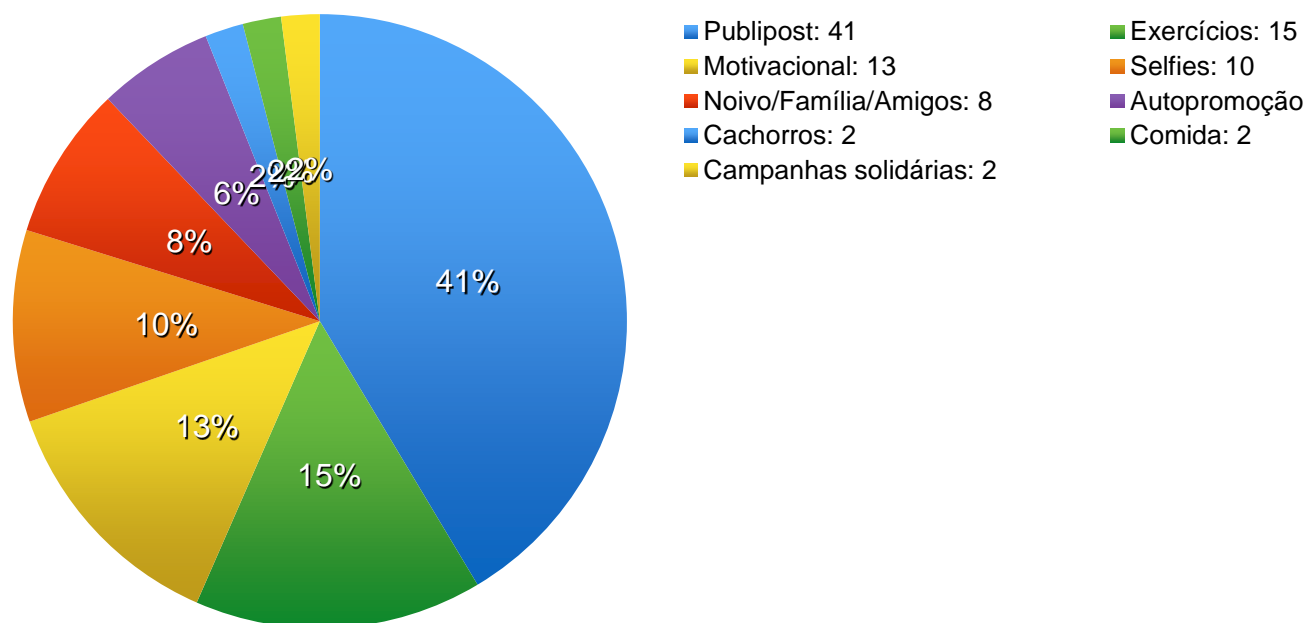
Figura 4- Selfie no espelho



Fonte: Instagram @gabrielapugliesi

Além do Instagram, Gabriela Pugliesi possui outras redes sociais ativas, como o Snap Chat, aplicativo mobile em que é possível postar fotos ou video com duração de até 10 segundos que podem ser compartilhados publicamente ou enviados para uma única pessoa, sendo que a duração de cada postagem é de 24 horas; e o Canal no YouTube intitulado Vendi Meu Sofá, que possui mais de 380.000 inscritos, no qual são postados cerca de dois a quatro vídeos por semana, sempre com a Gabriela entrevistando alguém, seja famoso, amigo ou familiar com assuntos diversificados, desde alimentação à casamento.

Gráfico 1- Análise de postagens de Gabriela Pugliesi no mês de Setembro



Total: 99 postagens

Fonte: Dados da autora

Como indica o gráfico acima, que mostra a quantidade de postagens da blogueira em seu Instagram em um mês típico de sua rotina, apesar de seu perfil ser fitness, a maior parte de suas publicações são de teor explicitamente publicitário, os publiposts que ainda assim, são quase sempre

ligados ao estilo de vida fitness, como anúncios de alimentos, roupas, academias e restaurantes. Pelo perfil dela percebe-se que Gabriela Pugliesi é uma modelo e produto, das mais cobiçadas, do universo fitness. O perfil da blogueira no Instagram pode ser considerado um perfil profissional, como um site, em que possui todos os contatos profissionais, as postagens mostram o estilo de vida que leva servindo de modelo do mercado da área fitness, visto que a interação da Pugliesi com seus seguidores é baixa e muito mais indireta, ela usa da linguagem nas legendas das postagens mais informal e mais direta para se aproximar dos seguidores e criar a sensação de amizade ou de que alguém em quem se pode confiar.

5.2 Análise interpretativa

A blogueira Gabriela Pugliesi começou a utilizar a rede social Instagram com um intuito, mas à medida em que foi ganhando seguidores, ela começou a direcionar seu perfil de modo a fazer parte de seu cotidiano, atraindo os olhares não só dos usuários da rede, mas como também das mídias tradicionais, que fizeram com que o status social de Gabriela Pugliesi aumentasse, se tornando não só uma musa fitness de referência, mas também uma celebridade.

Gabriela Pugliesi também utilizou do carisma e de articulações profissionais da comunicação para ter sua imagem vista e aceita, com a utilização de linguagem mais simples e objetiva, como se falasse diretamente para cada seguidor, criando a sensação de que quem lê algum post, é percebido pela blogueira, ela acaba criando um vínculo com seus seguidores, participando também das discussões em comentários de postagens de seu perfil, seja respondendo algum elogio de seguidor, tirando dúvidas, ou mesmo rebatendo críticas. Ela procura demonstrar que recebe seus seguidores com atenção e que utiliza mesmo a rede, fazendo do seu perfil, um canal de comunicação entre ela e seus seguidores.

Essa preocupação com a linguagem legitima a relação do grupo social que existe naquele perfil, reiterando a imagem da blogueira como alguém que já foi “normal”, dentro do padrão de peso, e que superou e se dedicou para atingir o corpo magro de hoje e segue uma rotina saudável sem sacrifícios. A partir da linguagem, as trocas sociais recebem valor e reafirmam uma identidade cultural (Hall 1997), o que causa a sensação de pertencimento àqueles que participam do processo, no caso, os seguidores, que se sentem familiarizados com a blogueira devido ao modo que ela se comunica e permite a troca de informações.

O uso de *hashtags* criadas por ela mesma, divulgando ou seu nome ou alguma frase em referência a ela e ao estilo de vida que leva, agrega mais valor ainda, por delimitar e caracterizar suas

práticas e representações, reforçando a usabilidade da rede social Instagram e do público que adere ao estilo de vida fitness.

Além das relações que a blogueira constrói, o nome Gabriela Pugliesi atende também por uma marca, sendo um nome considerável no ramo fitness, ela utiliza do seu perfil no Instagram para divulgar marcas de produtos que se dizem eficientes na busca de um estilo saudável, atestando os benefícios que determinado produto pode trazer. Devido ao reconhecimento do seu nome e de todo o conceito que carrega com ele, a publicidade com o nome Pugliesi atinge os níveis tradicionais, alcançando um público maior, como a veiculação de propagandas publicitárias em revistas e na TV. Os bens materiais, de acordo com Douglas e Isherwood (2007), são fundamentais para a validação das relações sociais, e se, para essa validação é necessário uma comprovação, o Instagram realiza esse papel muito bem, todos os produtos são atestados e validados pelas postagens de fotos ou vídeos na rede, acompanhados de legendas que justificam a veracidade dos fatos, validando a relação de confiança que é estabelecida indiretamente entre blogueira e seguidores, definindo e trazendo sentido ao estilo de vida fitness.

A publicização da vida tanto profissional quanto pessoal da Gabriela Pugliesi demonstra que há pessoas que também têm interesse em acompanhar a vida de alguém que não seja uma celebridade, numa perspectiva de aproximação por aquela pessoa estar famosa no meio, mas não ter surgido de algum showbusiness, permitindo que o seguidor identifique aspectos em comum consigo mesmo, como pressupõe Sibilia (2009).

Essa exposição pública de praticamente todos os aspectos de sua vida pessoal e profissional, permitindo que anônimos saibam da sua vida e de que eles podem especular, de alguma forma, na vida da blogueira, são aspectos estudados por Hiller(2015) e categorizados como “camorotização”, em que a vida de uma pessoa, no caso a Gabriela Pugliesi, é exposta abertamente ao público, com a intenção de servir de tema de discussão entre os grupos que a observam, através da intensa publicação de postagens de suas práticas cotidianas, gerando discursos motivacionais e promissores, carregados de promessas que sucesso e satisfação (Hiller, 2015).

A blogueira conseguiu reafirmar seu estilo de vida e construir relações sociais aparentemente sólidas devido ao seu Instagram, que atrai o público que busca alguma inspiração ou mesmo dicas. Além disso, ela consegue usar a imagem ao seu favor e emprestando à marcas de produtos fitness, legitimando todo um estilo de vida.

6. Bella Falconi: Um novo ideal de corpo

6.1 Análise descritiva

Izabella Falconi, mais conhecida como Bella Falconi, é popularmente uma das modelos e atletas fitness mais notáveis, por ter um estilo de corpo diferente das demais modelos, magra e musculosa, intitulada por seus seguidores como “musa fitness”, ela foi uma das primeiras a ficar conhecida por sua barriga “tanquinho”, travada e com gominhos aparecendo. Bella Falconi é natural de Belo Horizonte/Minas Gerais, nascida em 1985, mora em Orlando, nos Estados Unidos desde de 2007, adotando o estilo de vida fitness desde 2010.

No site da blogueira Gabriela Pugliesi, há uma entrevista com Bella Falconi, onde a entrevistada fala sobre como iniciou seu sucesso no Instagram. A modelo fala que iniciou postando fotos da sua rotina, do que comia e que exercícios praticava, o que foi atraindo novas curtidas e seguidoras tanto do Brasil quanto dos Estados Unidos, "todos os dias eu postava fotos da minha jornada fitness, do meu progresso, enfim isso foi chamando a atenção das pessoas, principalmente daqueles que se identificaram com minha força de vontade” (depoimento da modelo no site gabrielapugliesi.com).

Bella Falconi trabalhou antes do sucesso nas redes sociais, como bancária na área de contratos, quando iniciou dietas e treinos pesados. Atualmente ela é tem um programa de acompanhamento nutricional e físico online, onde ela prescreve uma dieta para cada adepto do programa, de acordo com cada perfil, além de ajuda de outros profissionais da área de saúde para passar os treinos personalizados, caso a pessoa adquira o pacote intitulado “Premium”. Ela possui grau de Bachelor in Nutrition, certificada em Life Coach e Personal Trainer pelo ISSA Interclean, é atleta por uma marca de suplementos americana e já foi empresária fechando sociedade com o seu atual marido em uma academia em Orlando além de lojas de suplementos, ambos da marca VitaFlex. Bella Falconi e marido não são mais sócios da marca VitaFlex por estarem respondendo a um processo nos Estados Unidos sendo acusado pelos donos da marca de formação de quadrilha, roubo, conspiração, crime de internet, falsidade ideológica, vandalismo e casamento falso para morar nos Estados Unidos.

Durante todo o ano de 2016, a blogueira realizou várias viagens para o Brasil, durando de uma semana a dois meses, quando gravou sua participação em um quadro do programa de TV Caldeirão do Huck, o Saltibum, em que reúne famosos para uma competição de saltos ornamentais. Durante o período, as postagens dela em seu Instagram diminuíram visivelmente, alegando que estava treinando muito para a competição e estressada fisicamente e psicologicamente. Desde então, a musa fitness deu entrevistas para sites, blogs, programas de TV, revistas, sendo capa de uma de uma edição, falando de temas como estilo de vida fitness e família.

No perfil do Instagram da Bella Falconi, ela identifica sua graduação e certificação, em inglês e português, a marca que a patrocina como atleta, apesar de não mais competir como fisiculturista, a cidade onde mora e disponibiliza o link do seu site de acompanhamento nutricional fitness. Sua conta possui cerca de 2.6 milhões de seguidores e são compartilhadas mais de 9.700 fotos e vídeos.

Figura 5- Publicidade no Instagram de Bella Falconi



Fonte: Instagram @bellafalconi

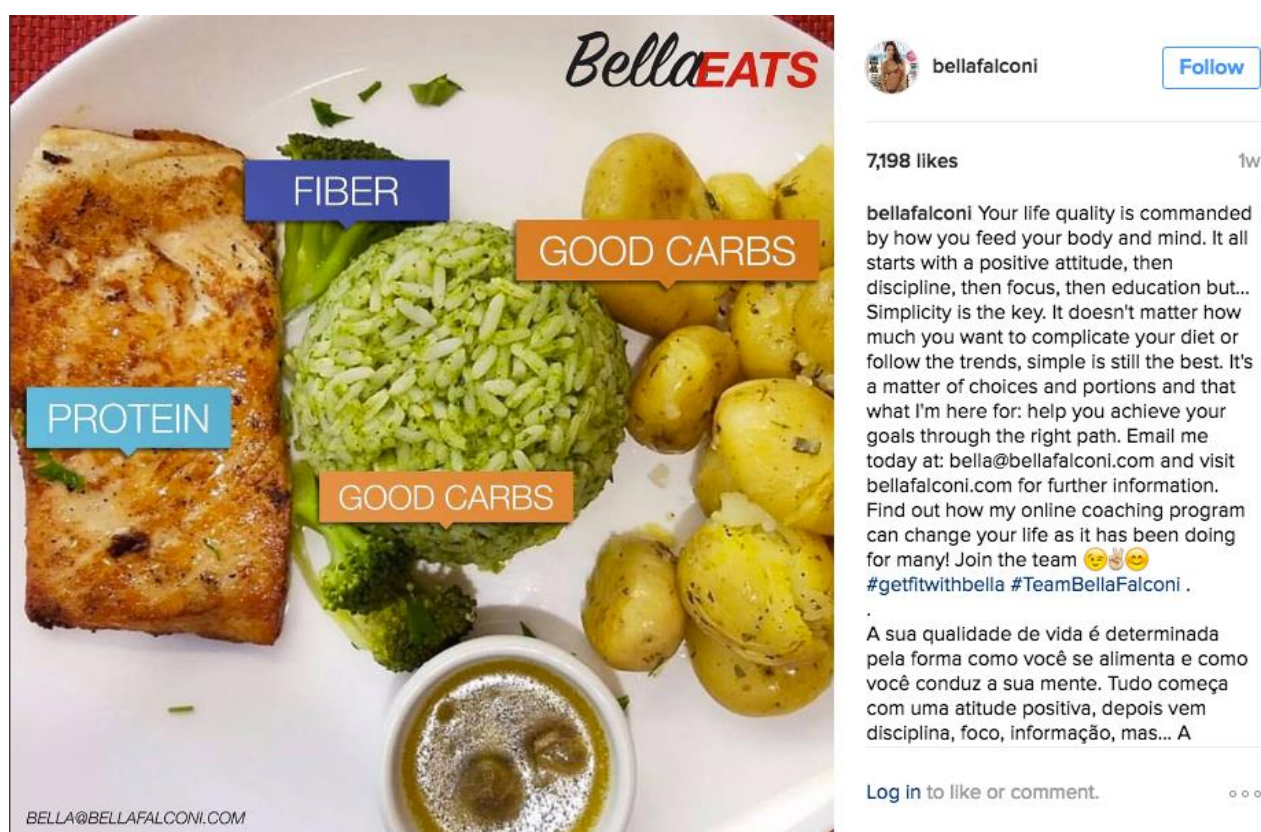
Suas postagens são variadas enquanto temas, sendo sua maioria com legendas em português e inglês, visando atender tanto o público brasileiro quanto o americano: com posts de alimentação, treinos, looks do dia, família, amigos, resultados em fotos de clientes que compraram seu programa,

dicas de leitura, hotéis, empresas de aluguel de carros, restaurantes de amigos (os quais não especificam ser publiposts), frases motivacionais geralmente de cunho religioso, participação em programas de TV(brasileira), publiposts americanos e brasileiros, fotos de presentes que ganha de seguidores e de marcas de roupas, bijuterias e sapatos, fotos no espelho de seu closet que mostram seu abdômen.

Durante o ano de 2016, o padrão de postagens do Instagram da Bella Falconi saiu um pouco do padrão, com bastante fotos e frases motivacionais, fotos de sua filha de um ano de idade e de suas participações em programas de TV. Mas apesar da aparente mudança, os posts mostrando suas refeições e treinos não deixaram de existir; com o programa de coach lançado pela blogueira que também leva seu nome, os posts de comida geralmente vem explicando na própria foto ou legenda, a importância de uma alimentação balanceada, mostrando um aspecto mais natural e menos industrializado, a não ser quando ela posta foto de suplementos da marca que agora é modelo e, seguindo as legendas das postagens de refeições, há quase sempre uma autopromoção do seu programa de acompanhamento nutricional e esportivo, sugerindo que para conseguir montar um prato balanceado, o seguidor envie um email para a blogueira ou mesmo visite o site, o www.bellafalconi.com.

Nos comentários de posts do tipo, há vários seguidores contestando um alimento ou outro, por ter visto em algum outro local que determinando alimento não seria tão nutritivo ou pouco calórico como o da seguidora americana @rinarho: “*Red potatoes have tons of nutrients...other potatoes not so much.*”(“*Batatas roxas possuem toneladas de nutrientes... outras nem tanto*”) Porém, há diversos outros em que os seguidores agradecem as dicas, elogiando as escolhas das refeições como a seguidora @bonitoraquel: “*@bellafalconi amei a dica!!! Uma vez @teambellafalconi sempre Team!!! Obrigada por me ensinar a fazer sabias escolhas!!! Que seu dia (sic) seja lindo!*” .

Figura 6- Refeição postada por Bella Falconi



Fonte: Instagram @bellafalconi

Os posts que mostram exercícios físicos, são os mais curtidos, possuindo mais de 17000 curtidas em um único post. Eles seguem o mesmo estilo dos posts sobre alimentação, mostram a musa fitness realizando algum exercício, geralmente em academias, sempre usando uma roupa de alguma marca que seja modelo, acompanhados de legendas motivacionais, ou com teor explicativo, falando sobre as funcionalidades do exercício ou da prática de exercícios físicos em si para o corpo humano. Porém, há um tom mais imperativo nas legendas, indicando que para conseguir alcançar aquele corpo ou para começar a se exercitar é preciso deixar a preguiça de lado, romper com as barreiras criadas pela mente e começar a fazer, se dedicar.

As legendas contém quase sempre também a indicação do seu site ou email para que a pessoa entre em contato e contrate pacotes para que se sinta ainda mais motivada e engajada a ir, prometendo treinos de acordo com o que a pessoa precisa e almeja, alegando ainda em alguns posts que o seguidor irá se juntar ao seu time: o Team Bella Falconi, que inclusive possui um perfil no Instagram voltado somente a dicas de treino e alimentação, o @teambellafalconi, que aparentemente é administrado pela própria Bella, além de mostrar com mais frequência, resultados de pessoas que aderiram ao pacote e que seguiram as orientações da Bella Falconi.

Figura 7- Divulgação do programa de coach online de Bella Falconi



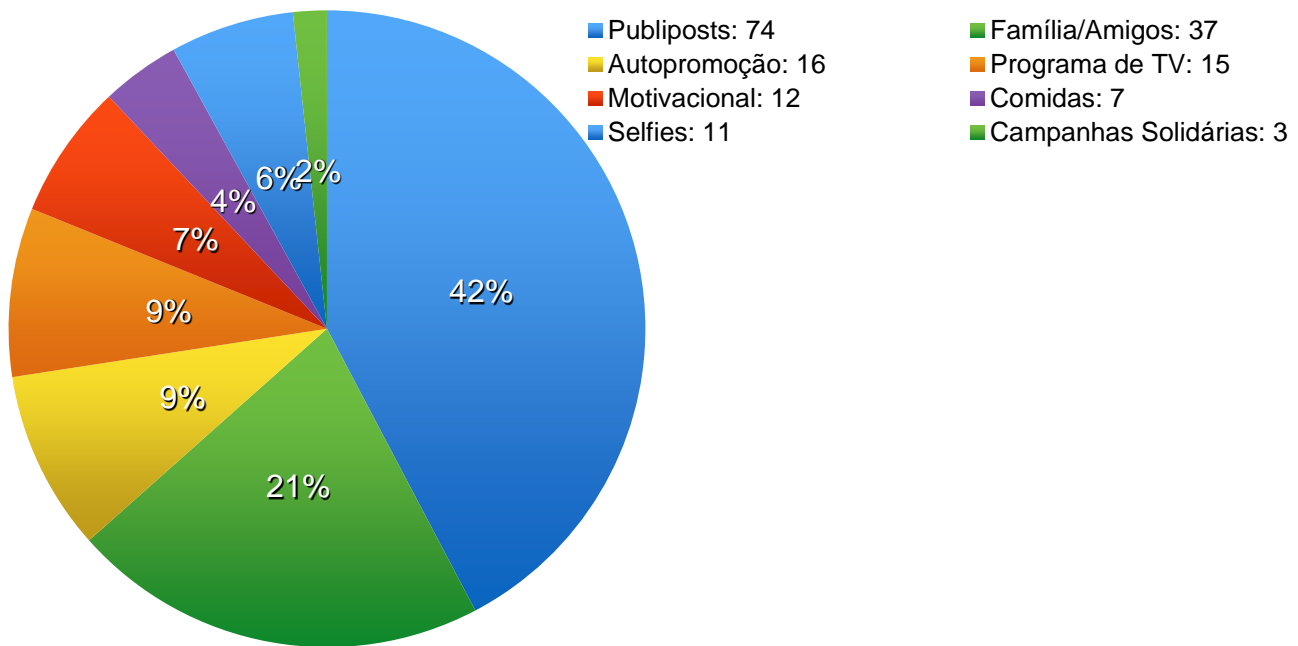
Fonte: Instagram @teambellafalconi

No instagram @teambellafalconi, que possui cerca de 175 mil seguidores, Bella mostra entusiasmo nas legendas, sempre elogiando os contratantes dos pacotes, incentivando os seguidores afirmando que o caminho certo é aquele.

Porém, as postagens que mais ganham curtidas do perfil @bellafalconi, são as selfies, fotos que mostram apenas a blogueira, sendo somente rosto ou corpo. Os posts recebem em torno de 45 mil curtidas e mais de 200 comentários. A maioria, mostram sua barriga “tanquinho”(com os gomos visíveis), com Bella geralmente usando biquínis ou roupas que estão na moda, com fotos em frente ao espelho, ou sendo tiradas por terceiros nas mais diversas localidades, em casa, shopping, restaurante, na rua.

Há também os publiposts, mas esses não recebem título, a publicidade é estampada nas legendas das fotos ou vídeos, falando sobre o produto, o que é, quais os benefícios e falando que consome sempre que pode, sempre em legendas mais resumidas. Os produtos publicitados por Bella Falconi, vão desde alimentos, a aluguel de carros e produtos infantis. Sua filha inclusive já é modelo de marcas americanas e brasileiras; as fotos dos publiposts do Instagram da blogueira mostra quase sempre ou ela sozinha ou com a família, mostrando o produto na rotina dela.

Gráfico 2- Análise de postagens do perfil de Bella Falconi no mes de Outubro



Total: 176 postagens.

Fonte: Dados do autor

O perfil do Instagram da blogueira Bella Falconi se mostra um pouco mais voltado para o marketing próprio e dos produtos que estão ligados ao uso da família inteira, desde a filha até o marido, mostrando que a considerada musa fitness é modelo e produto do mercado fitness e saudável. O nome Bella Falconi, que é marca reconhecida no mundo fitness, serve de referência tanto para produtos, quanto para seus seguidores. A interação com seus seguidores é mais restrita, ela fala de maneira mais aberta em suas legendas e vídeos criando também a sensação de proximidade com os seguidores, mas dificilmente a blogueira interage nos comentários com seguidores comuns, quando interage, geralmente responde algum amigo. A blogueira já afirmou na própria rede social que não responde críticas pra não perder o seu tempo, que apenas bloqueia e exclui a pessoa que a criticou, afirmando ainda que se a pessoa não gosta do que ela faz ou posta, é preferível que a pessoa não a siga.

6.2 Análise interpretativa

O tempo é bastante abordado por Bella Flaconi em suas postagens, quase sempre alijado na premissa de que é preciso ter organização para se aproveitar o máximo e também saber fazer as escolhas certas, que a deixam feliz. A blogueira mostra repudiar a prática do desperdício de tempo, que seria passar em frente a TV durante o dia todo, ou mesmo deixar de fazer tarefas por causa de preguiça, ela discursa em diversos momentos em seu perfil que é preciso e que é possível organizar os horários e conseguir algum tempo para se exercitar e organizar a alimentação.

Ela fala também sobre ter dedicação para se obter o sucesso, muitas vezes se referindo a Deus como seu orientador e protetor, agradecendo sempre. Bella Falconi é direta quando fala que a culpa por uma pessoa não ter uma vida saudável ou um corpo em forma é de si próprio, pois este não se dedicou o suficiente, independente da condição financeira, afirmando que qualquer um pode levar uma rotina saudável desde que se esforce para isso. Ela aparece pouco levar em consideração a sua rotina diferenciada em relação a dos seus seguidores, já que ela tem alguns privilégios de ser uma pessoa mais conhecida e aparenta ter um poder aquisitivo acima da média brasileira.

Nas legendas das narcísicas fotos publicadas no Instagram evidencia-se nas entrelinhas um discurso norteado por um feroz julgamento que aponta indiretamente para aquelas usuárias que sucumbem no esforço de se enquadrar sob as coordenadas da boa forma. E tudo com uma retórica especializada em garantir as mais desvairadas certezas. Inevitavelmente, cria-se nas suas seguidoras uma auto-intensa vigilância. (HILLER, 2014, p79)

A linguagem abordada por Bella em seu Instagram varia quanto ao tipo de postagem, quando se refere a algum produto, seja do mercado brasileiro ou norte-americano, ela trabalha um discurso mais direto e mais formal, carregando a imagem do produto como algo se deva ser tratado com mais responsabilidade; já as publicações de fotos de corpo, de amigos e família, trazem legendas motivacionais, mais informal, e com textos comuns de fácil compreensão, ela usa jargões populares brasileiros criando um aspecto de aproximação com seu seguidor, para que este se identifique e se sinta mais confortável ao segui-la, para criar o sentimento de pertencimento, de que aquele meio recebe bem e trata bem os adeptos do estilo de vida fitness. No perfil de Bella Falconi, é postado vários vídeos dela falando diretamente com os seguidores, reforçando a noção de pertencimento e de identidade cultural, dando significação àquele contexto dentro de um aspecto cultural (Hall, 1997).

As postagens do perfil da blogueira trazem em grande quantidade as características da camaratização de Hiller (2015), visto que ela, com mais frequência que as demais blogueiras estudadas, posta diversas fotos e vídeos de momentos pessoais, mais que a rotina de academia, publicando posts dela própria realizando atividades mais comuns, como ir ao mercado, estudar, reuniões, carro que

usa, roupas que acabou de comprar, além de toda a publicidade embutida em muitos desses posts cotidianos, ela mostra ainda o crescimento e desenvolvimento de sua filha de um ano de idade, relatando várias experiências vividas pela filha e em família, usando a filha de modelo de marcas de produtos infantis. Esse aspecto da linguagem visual, permitindo que todos que a sigam, ou que simplesmente olhe seu perfil, saibam como é o dia-a-dia de sua vida, mostrando (o que ela quer que seja revelado) de que modo ela organiza seu tempo, como ela aparentemente consegue se dedicar às suas funções domésticas e profissionais e nunca deixando de lado a rotina fitness.

Através dessa camarotização (Hiller, 2015), ela permite que seus seguidores estejam imersos em seu cotidiano, criando a sensação de que eles são próximos dela e que fazem parte daquele meio e, ainda que reafirmem o ícone Bella Falconi no mundo fitness, já que para ganhar um significado, ela precisa passar pela interpretação de seus seguidores, que a legitimam, segundo Hall (1997), através da interação, com curtidas e comentários postados.

Bella Falconi utiliza-se dos bens materiais como uma ferramenta importante para reafirmar seu estilo de vida, visto que esses carregam significado sociais, demarcando o grupo social em que o indivíduo faz parte (Douglas; Isherwood, 2009). Ela faz questão de mostrar os bens que possui e que consome, sendo eles adquiridos por ela própria ou produtos de publicidade, inseridos sempre no contexto de seu cotidiano.

7. Kéfera Buchmann: Youtuber comediante que se adaptou ao estilo fitness

7.1 Análise descritiva

A blogueira Kéfera Buchmann começou a fazer sucesso fora do Instagram, antes mesmo desse ser popularizado no Brasil, mas ainda assim, através da Internet. Ela começou criando um canal no YouTube em julho de 2010, o “5minutos”, postando um vídeo com um monólogo satírico intitulado “Vuvuzela”, em que a própria Kéfera ironiza situações cotidianas sobre o uso da vuvuzela, instrumento de plástico que lembra uma corneta, o qual foi símbolo das comemorações da Copa do Mundo de 2010 na África do Sul.

A então vlogueira (blogueira que publica somente vídeos no YouTube constantemente), começou a atrair vários inscritos em seu canal, chegando atualmente à quantidade de aproximadamente 9.827.000 e com mais de 36 milhões de visualizações em um dos seus vídeos. Em 2012 começou a apresentar um Programa em um canal na TV à cabo sobre celebridades mais jovens. Em seguida

passou a apresentar outro Programa de TV na MTV (Music Television, canal de entretenimento), ganhando mais notoriedade por parte das organizações das grandes mídias tradicionais e de novos modelos de mídia, dublando personagens de grandes filmes infantis internacionais, como produções da Walt Disney Pictures, e protagonizando um filme para pré-adolescentes brasileiro, o “É Fada”, lançado em outubro de 2016. Em uma entrevista dada ao Jornal O Dia (*odia.ig.com.br*), Kéfera afirma que é atriz há mais tempo do que a sua participação em filme, que já encenava nos tempos de escola em peças teatrais. Ela também é autora e tem dois livros publicados até o momento, o “Muito mais que Cinco Minutos” e o “Tá Gravando. E agora?”, livros que giram em torno da história do seu canal, o “Cinco Minutos” e abordam questões de cinegrafia amadora para o YouTube, livros que, de acordo com o colunista da Folha de São Paulo Tony Goes (*f5.folha.uol.com.br*), são considerados best-sellers (são bastante vendidos).

No mesmo mês de lançamento do filme, Kéfera alegou em seu Snapchat que “daria um tempo” nas gravações de seus vídeos para o YouTube, sendo que a periodicidade dos conteúdos carregados em seu canal já havia caído, de dois vídeos por semana, passou de um a cada duas semanas. Kéfera Buchmann nasceu em Curitiba/Paraná no ano de 1993 e mora em São Paulo desde quando virou apresentadora de Programa de TV. Desde então, Kéfera começou a mudar seu estilo de vida, se antes era uma adolescente comum, que não ligava tanto para a aparência do corpo, atualmente ela serve de referência para o uso de maquiagens, looks do dia e corpo.

A blogueira começou a chamar a atenção pelo seu corpo quando começou a emagrecer e a mostrar que estava fazendo dieta e se exercitando e afirmando pra si mesma que não iria comer mais fast-food. Segundo relatos dela mesmo em revistas, Kéfera se lançou em um desafio para emagrecer após receber críticas e rejeição por parte de seus seguidores que comentavam em seus vídeos no YouTube e nos posts do Instagram que ela estava acima do peso. Desde então, ela começou a adotar uma rotina mais saudável, sempre comendo alimentos mais naturais e funcionais e praticando exercícios todos os dias. Kéfera perdeu cerca de 20kg em aproximadamente dois anos, e resolveu relatar sua rotina fitness em uma conta a parte no Instagram no ano de 2015, voltada somente para a temática fitness, o @keferallifestyle, para evitar conflitos entre seus fãs, que em sua maioria não possuem o perfil fitness, sendo que esse perfil já possui mais de 1.600.000 seguidores em cerca de um ano de existência.

Figura 8- Foto de vídeo mostrando Kéfera treinando em academia



Fonte: Instagram @keferallifestyle

O número de seguidores somente em seu perfil fitness (no perfil principal, mais generalizado, voltado a assuntos mais profissionais e pessoais, ela têm mais de nove milhões de seguidores), ultrapassa a quantidade de seguidores que outras blogueiras essencialmente fitness têm. O sucesso do seu instagram é grande diante do público, o que serviu de motivo para ser capa da Revista Boa Forma da edição de outubro de 2016. Na revista, ela é considerada uma *digital influencer* (são pessoas que exercem algum tipo de influência, seja social, político, cultura, através das redes sociais), tanto ligado a assuntos cotidianos, quanto ao estilo de vida fitness.

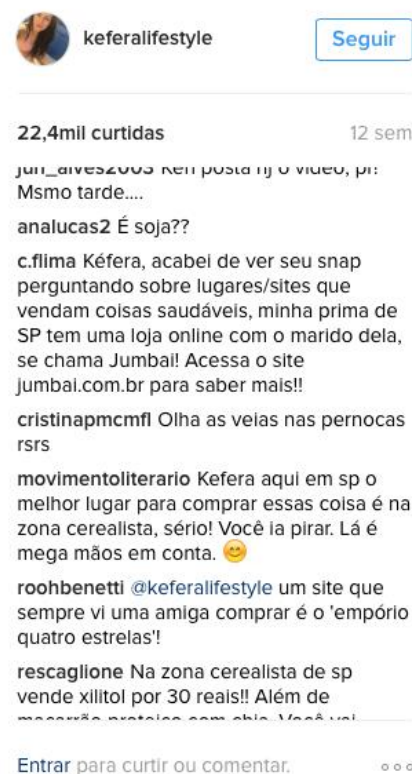
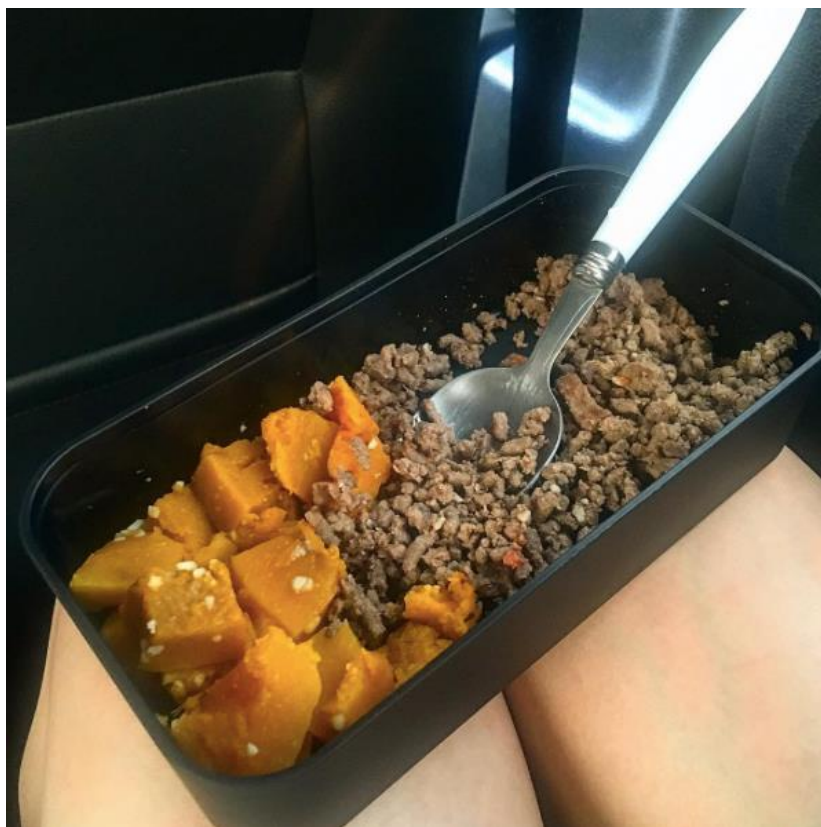
Em seu perfil fitness no Instagram, na biografia, existe uma mensagem motivacional e uma breve explicação de que aquele perfil é de cunho apenas motivacional, mostrando a rotina fitness da blogueira, indicando para o usuário procurar a ajuda de um profissional. Há um email de contato e o link de um site de esmaltes o qual a Kéfera tem uma linha assinada com seu nome. Logo abaixo, cerca de 650 fotos e vídeos são compartilhados publicamente, essencialmente com posts mostrando a blogueira realizando algum exercício e fotos de comidas, principalmente doces fit (sem adição de açúcar, farinha branca, sem glúten e funcionais), há também alguns posts patrocinados e mensagens motivacionais e de procedimentos estéticos.

Os post que mostram Kéfera se exercitando, geralmente são vídeos, apresentando legendas simples informando apenas o nome do exercício que está sendo feito, sem mostrar algum tipo de

entrosamento com seus seguidores, já que não há algum tipo de mensagem que demonstre que a blogueira está tentando se aproximar deles. O número de visualizações em uma postagem do tipo chega a 155 mil, com mais de 230 comentários. A maioria dos comentários nessas postagens são de seguidores marcando outros seguidores, indicando ao amigo para que veja, com alguns elogios, tanto em relação aos exercícios, quanto à sua carreira artística, usuários sendo sarcásticos em relação ao exercício (tanto positivos quando negativos), e seguidores falando de si mesmo, como por exemplo, @lorelohana: *“pra fazer em casa @carolineblima”*; @mariana.maiara: *“Assisti seu filme ontem nao (sic) via a hora pois ja sabia que seria de melhor qualidade (sic) fiquei feliz e dei muitas risadas parabéns (sic) arrasou fadona eu fui ver n (sic) pelo motivo de dia das crianças pois fiquei em segundo lugar de (sic) uma prova que eu fiz ... nao vem ao caso vim (sic) dar parabens e que fassa (sic) mais sucesso um beijo da kefelover ♡♡ eu nao sou fada eu sou fadona (sic)”*; @marilazarinni: *“@jugeara eu faço assim”*; @rafaelazanini: *“aquecimento das popozudas”*.

As postagens com comidas são bem recebidas por seus seguidores também, com cerca de 100 mil visualizações por vídeo e 30 mil curtidas em fotos. Muitos desses posts são em agradecimento a alguma loja ou restaurante que forneceu um determinado prato, o que acaba virando um publipost por fazer a publicidade de produto. Nos comentários, os seguidores marcam amigos ou comentam com palavras do tipo “quero”, “preciso”.

Figura 9- Marmita no trânsito



Fonte:Instagram @keferallifestyle

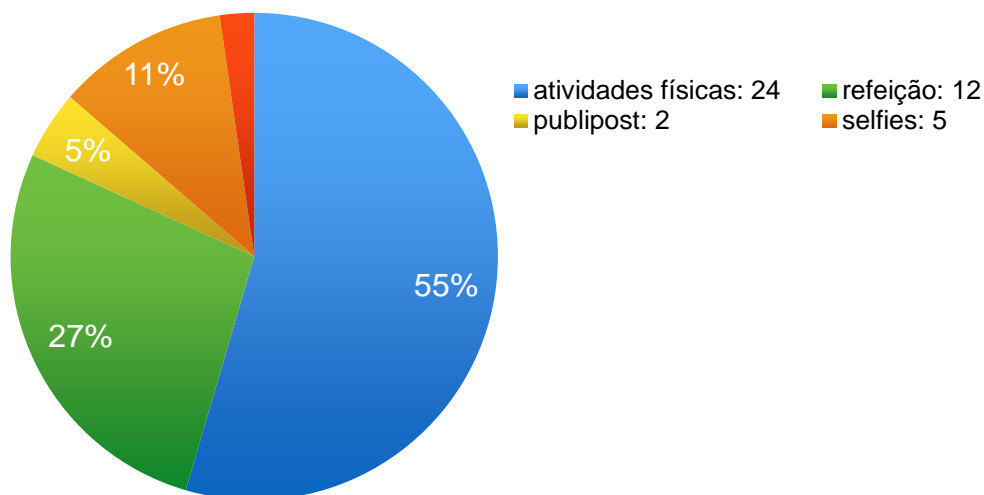
A interação da Kéfera Buchman com seus seguidores no perfil fitness é bem diferente do seu perfil comum, ela não responde aos comentários de seus seguidores, nem de amigos e nem críticas, utilizando legendas objetivas e apenas descritivas. Isso demonstra que o seu perfil fitness tem um objetivo concreto, que é o de apenas divulgar sua rotina saudável voltado para o público que gosta da temática e que ela não demonstra ter intenção de criar algum tipo de vínculo com esse tipo de seguidor, além do servir de referência, observando também os comentários. Através de alguns comentários, em diversas postagens, é possível ver que muitos deles são de seguidores do outro perfil ou mesmo de outras redes surpresos ao se deparar com as postagens da blogueira malhando, o que mostra que ela não divulga muito o seu perfil fitness, já que houve discussões de seguidores argumentando que ela não poderia ficar divulgando ou falando sobre esse tema por ela ser comedianta e já ter feito vídeos sarcásticos de outras blogueiras fitness, além do seu público ser constituído em maior parte por crianças e adolescentes.

A grande diferença da blogueira Kéfera para Gabriela Pugliesi e Bella Falconi, é que Kéfera já tinha (e tem) uma carreira artística que não se aplica ao estilo de vida fitness, o que ocorre, no caso dela, é o contrário, ela adaptou sua rotina fitness à sua rotina profissional, sem profissionalizar esse lado, mantendo como uma atividade à parte de seu trabalho, ainda com deicação e levando como uma obrigação de realizar com frequência. Ela trata sua imagem fitness como um item a mais dentro

da sua rotina, divulgando e mostrando que está em forma e que segue dietas e faz exercícios físicos, mostrando seu corpo, mas de maneira a não atrapalhar a imagem de comediante e atriz, a fim de não perder seguidores ou fãs.

Mesmo com essa divergência de imagens, a blogueira possui muitos seguidores em ambos os perfis, se comparado a outros das mesmas categorias. Ela divide o direcionamento dos perfis para os determinados públicos, com as divulgações nos lugares voltados às temáticas; na televisão, propagandas do seu filme, por exemplo; nas revistas, também há divisão, enquanto nas que são voltadas ao público infantil e adolescente, como a revista “Capricho”, ela dá entrevistas sobre sua carreira artística e sobre o seu canal no YouTube, já na revista “Boa Forma”, que tem seu conteúdo voltado ao público feminino adulto, ela fala apenas de sua rotina fitness.

Gráfico 3- Análise das postagens de Kéfera Buchman no mês de setembro



Total: 43 postagens

Fonte: Dados do autor

O gráfico mostra que a blogueira Kéfera posta em menos quantidade conteúdo no seu perfil fitness, o que não a descaracteriza, devido ao foco aparentemente dado nas postagens de exercícios físicos e refeições, para servir de referência para terceiros. Ela faz pouca publicidade em seu perfil, o

que pode conduzir a indagação de que ou ela não posta por opção ou porque as marcas de produtos do mercado ainda não a veem como uma modelo do estilo fitness

7.2 Análise Interpretativa

Kéfera Buchman se difere das demais blogueiras estudadas principalmente pelo fato dela já ter iniciado o seu perfil fitness no Instagram sendo conhecida nas mídias tradicionais pelo público infanto-juvenil, carregando um certo status de famosa. Por já ser conhecida no meio das redes sociais, muitos de seus seguidores no perfil fitness foram herdados do seu outro perfil no Instagram, do seu canal no Youtube e das mídias tradicionais, já que a blogueira se tornou atriz estrelando filme comercial, além das aparições na TV.

Com a justificativa de que queria agradar os fãs que gostavam do seu lado fitness e respeitando aqueles que não queriam seguir esse tipo de postagem, o seu perfil fitness arrecada quase dois milhões de seguidores, mesmo diferindo do estilo de postagem comum de Kéfera.

A linguagem abordada no perfil fitness é bem diferente do usual da blogueira, ela se mostra mais séria, com poucas ou raras brincadeiras, que fazem parte de sua característica usual, como se apenas informasse que realiza determinadas atividades físicas ou que está realizando alguma refeição saudável. Na maioria de seus vídeos, ela mostra estar acompanhada de um personal trainer, mostrando que o seu aparente objetivo não é ser uma precursora de exercícios físicos, ensinando e levando os créditos, como se o perfil dela fosse apenas de cunho motivacional.

Mesmo não sendo muito interativa nas legendas de suas postagens, a linguagem visual é a principal característica que talvez justifique a quantidade de seguidores, ela utiliza bastante vídeos demonstrativos, com boa qualidade, editados com música, criando um aspecto quase interativo. Por utilizar dessa linguagem, ela se legitima dentro da cultura fitness, devido à abordagem de conteúdo e ao tipo de relações que são estabelecidas em seu perfil, seus seguidores comentam e curtem, discutindo as postagens dela, criando um vínculo com o estilo de vida fitness.

Devido ao seu conteúdo ser necessariamente voltado ao universo fitness, o perfil da Kéfera Buchman não aplica ao conceito de camarotização trazido por Hiller (2015), visto que os aspectos de sua vida pessoal e profissional não são abordados, e a frequência das postagens não é muito grande. Ela dá interpretação às práticas fitness, ao estilo de vida fitness, mostrando o essencial para ser considerado adepto ao estilo, mostrando sua evolução como resultado do processo e inspiração para os seguidores. Como o perfil fitness da Kéfera traz um conteúdo mais didático, ela serve de referência

mais pela sua representação como uma pessoa praticante, do que uma pessoa que profissionaliza esse estilo.

A blogueira não atinge a esfera da interação com os seus seguidores mais profundamente quanto as demais, mas ainda assim, representa a prática concreta do estilo de vida fitness, o que realmente determina esse estilo, que é a prática de exercícios físicos consecutivamente e a alimentação mais saudável e balanceada, podendo ser classificada quanto ao tipo de representação que exerce, em intencional, em que o indivíduo dá significado através da linguagem (HALL, 1997).

Kéfera Buchman mostra utilizar seu tempo livre, quando não está trabalhando ou cuidando da vida pessoal, com atividades que lhe tragam benefícios físicos e de saúde, como no caso, realizar atividades físicas. Levando em consideração a lógica da classe ociosa de Veblen (1965), em que as classes mais altas usufruem do seu tempo livre de maneira a ter algum retorno benéfico para si, seja intelectual ou não, pode-se aferir que Kéfera entra nesse contexto, visto que ela não prioriza o aspecto fitness, mas sempre que pode, está realizando atividades que lhe tragam benefícios próprios, compartilhando de modo público numa forma de, segundo Hall (1997) legitimar suas ações e torna-las características de um grupo cultural.

8. Algumas considerações de profissionais da área de saúde

As blogueiras fitness são motivo de diversas discussões dentro e fora do Instagram, discussões que nem sempre são favoráveis ao tipo de posts e descrição de legandas que elas utilizam em seus perfis. Suas postagens muitas vezes geram algum tipo de polêmica por tratarem de dietas e práticas de exercícios físicos, que muitas vezes recebem críticas por parte de profissionais da saúde ou de por outras pessoas que são contrárias por diversos motivos.

Algumas delas são mais criticadas por fazerem publicidade implícita, ou por fazer indicações de alimentação e exercícios físicos em suas postagens, tanto indiretamente quanto diretamente, para quem quiser olhar. Alguns casos mais graves que foram relatados nas mídias, aconteceram com seguidoras que afirmam que tentaram ou seguir a mesma dieta ou fazer um exercício igual ao que as blogueiras postaram, e que acabaram tendo algum tipo de problema de saúde ou alguma lesão no corpo.

Mas há também, outra vertente mais aparente nas discussões a respeito, são pessoas que se mostram a favor das blogueiras, afirmando que há incentivo ou que é o único modo de ficar sabendo como fazer, alguns profissionais da área de saúde se mostram favoráveis a elas também, alguns afirmam que há, na maioria das vezes, um profissional por trás das postagens que averigua o tipo e recomendações, orientando-as.

Tendo em vista essas duas principais vertentes, uma a favor do tipo de postagem das blogueiras fitness e outra contra, que se mostram nas discussões relacionadas às blogueiras fitness e ao tipo de postagem dos perfis delas, foram realizadas entrevistas com duas profissionais da área, uma personal trainer e uma nutricionista, que são atuantes e que também usam o Instagram tanto para postar coisas pessoais quanto para assuntos de trabalho, para fazer um comparativo e analisar a opinião delas diante o assunto. Opiniões que são fundamentais quando o tema blogueiras fitness e construção de estilo de vida são tratados, visto que elas são referência muitas vezes na busca de uma vida mais saudável e de um corpo mais desenhado.

Em alguns casos, as blogueiras acabam fazendo o papel de personal ou nutricionista, direta ou indiretamente, por estarem mostrando a execução de algum exercício e explicar os benefícios dele, ao postar a foto de um almoço abordando os pontos positivos de se comer tal alimento que está sendo mostrado, o que acaba por perder o controle de quem está olhando e se tem alguém seguindo aquelas dicas à risca. Os profissionais de saúde, em sua maioria, se mostram contrários a esse tipo de postagem, dada a importância do individualismo quando se trata de dieta e exercícios físicos. Por um lado, o trabalho dos profissionais de saúde são marcados e reiterados pelas postagens das blogueiras, com alunos e pacientes contestando o trabalho dos profissionais por não estarem realizando o mesmo que as blogueiras, sem mesmo procurar entender que há diferenças fisiológicas entre cada pessoa. Os profissionais também estão presentes no Instagram, como uma forma de divulgar seus trabalhos e de

passar dicas sobre treinos e dietas embasadas em artigos e experimentos acadêmicos, alguns deles publicam posts alegando que muitos dos exercícios mostrados pelas blogueiras são executados incorretamente e que isso é perigoso para o seguidor, que este deve procurar um profissional e pesquisar mais a fundo antes de recriar o que foi postado por alguma blogueira, evitando assim possíveis lesões e complicações no organismo.

Para o presente trabalho, duas profissionais contribuíram com entrevistas abertas sobre o tema, abordando suas opiniões sobre o papel das blogueiras fitness no Instagram e como essa ferramenta contribui ou atrapalha em suas profissões. Para preservar a imagem dessas profissionais, são usados codinomes para se referir a essas profissionais, sendo Lúdia a nutricionista e Marcela a personal trainer,

Um primeiro questionamento que foi tomado para a realização das entrevistas, foi o porquê das blogueiras fitness possuírem mais seguidores que qualquer personal trainer ou nutricionista, considerando que esses profissionais também postam dicas no Instagram (os analisados e observados ao longo da pesquisa), seguidores de diversos tipos de classe econômica, levando em consideração os que também podem pagar pelo serviços desses profissionais e, a partir desse questionamento, foi elaborada a primeira pergunta da entrevista: “O que os alunos mais buscam quando procuram um profissional?”. As respostas são amplas e com diversas diferenças entre o indivíduo que procura um personal trainer e um que busca um nutricionista. Ambas as entrevistadas afirmaram que cada aluno busca algo diferente do outro, vai depender do objetivo de cada um; os que buscam a personal para aulas individuais, prezam pelo compromisso afirmado, como se sentissem mais obrigados a cumprirem o compromisso, além de prezarem primeiramente pela saúde, que diferem também do perfil de aluno que só malha ou que faz aulas coletivas em academias, sem ter um personal trainer o acompanhando o tempo todo. O mesmo vale para os que buscam a nutricionista entrevistada, porém, porque a própria foi delimitando o perfil de seus pacientes ao longo dos anos, ao perceberem que as pessoas a procuravam muito mais pela questão estética do que pela saúde em si, Lúdia resolveu que só atenderia pacientes que tivessem algum tipo de patologia, físicas, mentais ou psicológicas, ou que buscassem melhorar a saúde em primeiro lugar.

É preciso levar em consideração a individualidade de cada pessoa, cada um tem uma especificidade que tem de ser tratada do modo correto. Uma pessoa pode ter alguma lesão ou alguma patologia, não podendo assim realizar a mesma dieta ou mesmo exercício de uma pessoa que nunca teve lesão ou que tem um metabolismo diferente. Tendo em vista essa análise, foi perguntada a opinião direta das profissionais a respeito das blogueiras fitness no Instagram: “Qual a sua opinião a respeito das dicas de blogueiras fitness?”.

Essa questão foi fundamental para saber, razoavelmente, o porquê das diferentes correntes de pensamento dentre os profissionais da área de saúde a respeito das dicas postadas pelas blogueiras fitness. As respostas dadas pelas entrevistadas surpreenderam de certa forma, pela sutileza de como as blogueiras fitness são levadas em consideração pelas entrevistadas. Um ponto em comum que foi encontrado nas respostas e que pouco é visível no Instagram é o pouco interesse que é demonstrado por elas em relação aos perfis das blogueiras, no âmbito de trabalho e no dia-a-dia delas, as blogueiras são pouco ou quase nada aparentes em suas redes sociais e conversas, sendo esse último ponto mais comum entre muitos profissionais. Porém, mesmo sendo um tanto indiferentes às blogueiras, elas falam e reconhecem que o tipo de postagem, as dicas faladas são muito generalizadas, o que pode causar problemas levando em consideração a individualidade de cada pessoa.

Para as entrevistadas, as blogueiras fitness podem ser algo bom para quem precisa de motivação, como se as blogueiras ajudassem, visualmente, seus seguidores a ter um mínimo de interesse que seja em se alimentar mais de maneira mais saudável e a sair do sedentarismo. Com as blogueiras fitness mostrando o uso e a organização do tempo em suas rotinas, a dedicação e a maneira aparente com que lidam com o estilo de vida que adotaram, fazendo todas as atividades mostrando que também ficam cansadas mas que ainda assim levantam e vão praticar algum exercício, podem atizar a vontade de um seguidor que é sedentário a começar a ter uma vida mais movimentada e balanceada de certo modo.

Pela quantidade de seguidores que as blogueiras fitness têm em seus perfis do Instagram, elas atingem realmente uma quantidade maior de pessoas do que aqueles profissionais que possuem contas também, mas que não têm um número de seguidores tão grande quanto. De acordo com o Portal Brasil, cerca de 45,9% dos brasileiros não praticam nenhuma atividade física, sendo que dos que praticam algum esporte, as mulheres levam vantagem em, com 50,4% (www.brasil.gov.br). Através dos seguidores, outras pessoas podem estar vendo as postagens dessas blogueiras sendo curtidas ou comentadas no próprio aplicativo, podem achar mais facilmente através de uma hashtag e até mesmo podendo aparecer nas indicações do Instagram pela popularidade (considerada no Instagram pelo número de curtidas em posts e de seguidores), o que mostra que o estilo de vida fitness e saudável é mais facilmente propagado, direta ou indiretamente, pelas blogueiras fitness.

Levando-se em consideração as repostas, essas profissionais não se importam, na maioria das vezes, a níveis de entrar em discussões com o tipo de postagem das blogueiras fitness, porém alertando que é fundamental que essa ação seja feita com precaução quanto a tentar copiar ou fazer algo parecido com o que as blogueiras fazem, elas as reconhecem como motivadoras. É certo que há pessoas que seguem os perfis das blogueiras fitness que nem sempre podem pagar um personal trainer ou um

nutricionista para orientar e acompanhar, e acabam recorrendo às dicas e até aos planos de acompanhamento online que algumas dessas blogueiras possuem, como é o caso da Bella Falconi. A pergunta seguinte se referiu então a esse assunto e com o objetivo de saber mais a fundo qual a opinião sobre esse tipo de acompanhamento, além de, considerando que a formação da blogueira Bella Falconi é do exterior e que o tempo de duração do curso lá é menor (nos EUA o curso dura dois anos, enquanto no Brasil dura entre três e meio e quatro) e que não são regulamentados pelo CREF, o que as profissionais acham da formação de nutrição e personal trainer buscada no exterior e praticada no Brasil, com a seguinte pergunta: “Você tem conhecimento dessas pessoas que vão buscar formação lá fora, nos Estados Unidos por exemplo, de Personal Trainer e chega no Brasil passando treinos, mas quando na verdade não é regulado pelo CREF, o que você acha disso?”

Ambas as entrevistadas falaram que, quanto a formação adquirida do exterior, é relativo visto que cada caso é um caso, há pessoas que fizeram ou fazem o curso de dois anos e que são dedicadas, estudam e buscam estar atualizadas, enquanto há outras pessoas com a formação do Brasil que não dão tanta importância e acabam não buscando o estudo dentro da área. Um ponto levantado pela nutricionista é que os cursos de graduação do curso de Nutrição no Brasil são relativamente fracos, pois ensinam muita coisa que já foram comprovadas cientificamente enquanto ineficientes, que podem inclusive trazer riscos à saúde. Para as duas profissionais entrevistadas, a qualidade irá depender da dedicação do profissional em buscar estudar durante e após o curso de graduação.

Quanto à questão da prática do acompanhamento online (também conhecido como *coach online*), ambas afirmam que é um ponto delicado, pois para a profissão de ambas, o acompanhamento pessoal é fundamental para diagnósticos e evitar lesões ou doenças, o que não é possível saber sem ver o aluno ou paciente.

O porém, de acordo com as profissionais entrevistadas, se dá enquanto a questão ética de exercer a profissão com um diploma do exterior que não é regularizado no Brasil, para elas, seria injusto, por motivos puramente éticos junto a questão de não ver o aluno ou paciente, criando uma concorrência desleal.

Apesar da maioria aparente dos seguidores das blogueiras fitness não terem condições financeiras ou disposição para pagar um profissional que o acompanhe nas dietas e treinos, há aqueles que optam por buscar o acompanhamento de um personal trainer e/ou um nutricionista. Alguns desses alunos/pacientes têm como referência ou acompanham os perfis de algumas blogueiras fitness, seja porque gostou de algo postado, do estilo de postagem, ou por vários outros motivos. Esse cenário serviu para a elaboração de uma das perguntas da entrevista e, para ambas as profissionais, isso não é levado em conta justamente pela individualidade de cada pessoa, elas procuram explicar para o

paciente ou aluno que não como uma mesma dieta ou treino servir para pessoas diferentes e descartam qualquer influência direta das blogueiras fitness.

Foi possível identificar que para ambas as profissionais entrevistadas, as blogueiras fitness servem puramente como motivação, o seguidor não pode simplesmente seguir e fazer o que elas fazem sem antes saber se ele tem ou não alguma restrição física ou de saúde. Visto que os perfis no Instagram das blogueiras fitness são uma espécie de apoio motivacional para os seguidores e levando em consideração que alguns profissionais da área de saúde possuem um perfil na rede social também, postando esclarecimento de dúvidas, resumos de artigos, dando dicas, saber a opinião das profissionais entrevistadas sobre o que elas acham do Instagram como um aliado na prática da profissão delas, se elas acham a rede social de modo positivo ou não.

De acordo com as opiniões das profissionais, os perfis delas também ajudam a servir de motivação e, segundo a nutricionista, é desempenhado um papel de auxílio profissional gratuito para aquelas pessoas que não têm condições de pagar pelos serviços desse tipo de profissional. Ela trouxe também a questão da autopromoção que alguns profissionais da área da saúde que possuem perfis no Instagram usam essencialmente para o marketing próprio e que isso pode acabar prejudicando não só os seguidores, mas como também os profissionais do seguimento pela exposição que às vezes pode fugir do controle.

9. Conclusão

Este trabalho teve como objetivo analisar o papel das blogueiras fitness na construção e afirmação do estilo de vida fitness, assim como os processos de relação entre elas e suas seguidoras, estudando conceitos de teóricos fundamentais para a comunicação, trazendo suas perspectivas para um entendimento do uso da rede social Instagram na construção das identidades dessas representações.

Para tal, foi usada a análise de conteúdo, análise de representações e refencial teórico, analisando as postagens de cada blogueira durante um mês, observando o tipo de postagem e os comentários dessas publicações, buscando compreender o sucesso e popularidade das blogueiras fitness no Instagram. Além de buscar compreender também como se dão as relações dentro e fora das redes sociais, a partir do tipo de conteúdo postado pelas blogueiras, levando em conta a individualidade e as perspectivas sociais e econômicas que criam uma lacuna entre as seguidoras e pré-definindo como se dará o tipo de interação e de validade.

Por se tratar de um tema recente e atual, algumas dificuldades foram encontradas devido à pouca disponibilidade de material acadêmico sobre Instagram ou mesmo blogueiras fitness, tendo sido necessária a adaptação de conceitos discutidos em livros que hoje já são poucos usados devido à velocidade com que as redes sociais e as relações sociais acontecem e se modificam.

O trabalho trouxe percepções acerca da construção de um estilo de vida que está em evidência ganhando novos adeptos e se fortalecendo no mercado: o estilo de vida fitness, que traz consigo uma nova roupagem na busca por uma vida balanceada e saudável, mostrando aspectos que estão inseridos de forma a validar sua identidade, como a questão da dedicação em usar parte do tempo para realizar atividades físicas e dietas que contribuam para a obtenção de um corpo mais definido e saudável, ótimo, levando isso como prioridade, carregando aspectos da saúde e a premissa de qualidade de vida. As blogueiras fitness, são peça fundamental da lógica desse estilo de vida, aparecendo como verdadeiras vitrines, mostrando desde a dedicação, a execução, aos resultados obtidos. Elas servem como modelos motivacionais, mostrando que qualquer pessoa pode adquirir o estilo de vida fitness, basta se dedicar e não desistir. Elas usam suas rotinas para mostrar e aproximar os seguidores, criando uma espécie de vínculo, onde todos que participam fazem parte de um mesmo grupo social, dividindo hábitos, gostos e preferências.

Para futuras pesquisas, a abordagem mais profunda de comentários de seguidores se mostra um assunto promissor, levando em consideração de que modo o público recebe essas informações, e como eles aplicam as dicas e sugestões das blogueiras para suas rotinas, utilizando entrevista em foco

para um resultado mais conciso. Por outro lado, existe todo um contexto social presente na sociedade que pode ser abordado nas diferentes esferas de pesquisa nas diversas áreas do conhecimento.

10. Referências Bibliográficas

Livros:

AGUIAR, Sonia. Redes Sociais na Internet: Os Desafios à Pesquisa. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1977-1.pdf>. Rio de Janeiro, RJ, 2007.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. A Construção Social da Realidade. 31ª edição; tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis, RJ, Editora Vozes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. '*Gostos de classe e estilos de vida*'. in: Questões de Sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CALAZANS, Fabíola. "Seja ótima, seja feliz" Discurso, representação e subjetividade feminina no canal GNT. 237 folhas. Tese de Doutorado. UnB. Brasília, 26 de Julho de 2013.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede, Volume I. 8ª edição; tradução de Roneide Venâncio Majer e colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. Rio de Janeiro, RJ, Editora Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ- ARDÈVOL, Mireia; QIU, Jack Linchuan; SEY, Araba. Mobile Communication and Society: A Global Perspective. First MIT paperback edition. Massachusetts Institute of Technology, 2007.

CASTRO, Stella Veloso. As Mídias Sociais como Elemento na Reconfiguração do Agendamento. Brasília, DF. Universidade de Brasília, 2013.

CHELUCHINHAK, Aline Barato; CAVICHIOILLI, Fernando Renato. "A TEORIA DA CLASSE OCIOSA: O QUE NOS DIZ VEBLEN SOBRE NATUREZA E COMPORTAMENTO HUMANO, CONSUMO, ESPORTE E LAZER", Licere, Belo Horizonte, v.13, n.1, mar/2010.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

DUARTE J. (2008). Entrevista em profundidade. En Duarte, Jorge; Barros, Antonio (Orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. (2a ed.) (pp. 62-83). São Paulo: Atlas.

Vídeos: um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender o caráter midiático da web. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, São Leopoldo, 2008.

GOLDEMBERG, Mirian. Nú e Vestido, 2ª edição. Rio de Janeiro, RJ. Record, 2007

HALL, Stuart. The work of representation. In: Hall, Stuart (org.) Representation. Cultural representation and cultural signifying practices. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, Open University, 1997

HEMAIS, Carlos A. O Desafio dos mercados externos- Teoria e Prática na Internacionalização da Firma. Rio de Janeiro, RJ, Editora Mauad, 2004.

HILLER, Marcos. Ondividuos. 2014. Disponível em: http://marcoshiller.com.br/wp-content/uploads/2014/05/Ondividuos_ebook.pdf

LIMA, Juliana Diógenes de Araújo; FILHO, Ismar Capistrano Costa. O Conceito de Aldeia Global de McLuhan Aplicado ao Webjornalismo. Universidade Federal do Ceará. Intercom. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1816-1.pdf>

MOURA, Dione Oliveira; GERALDES, Ellen Cristina; PEREIRA, Fábio; OLIVEIRA, Madalena; ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo e Literatura: Aventuras da Memória. Coronário. Brasília, Df, 2014.

PAIM, Maria Cristina Chimelo. Corpos em metamorphose: um breve olhar sobre os corpos na história, e novas configurações de corpos na atualidade. Revista Digital, Buenos Aires. Dezembro de 2004. Disponível: <http://www.efdeportes.com/efd79/corpos.htm>. Acesso em: 15/06/2016

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre, RS, Editora Sulina, (Coleção Cibercultura), 2009

SODRÉ, Muniz. As Estratégias Sensíveis Afeto, Mídia e Política. 1ª edição. Petrópolis, RJ Editora Vozes Ltda, 2006.

VEBLEN, Thorstein. A Teoria da Classe Ociosa. São Paulo: Pioneira, 1965

WEBER, Max. A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. Cengage CTP; Edição: 4ª Edição. 2001.

Sites:

Estadão. “Com 29 milhões de usuários; Brasil impulsiona crescimento do Instagram”. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,com-29-milhoes-de-usuarios-brasil-impulsiona-crescimento-do-instagram,10000028875>. Acesso em: 15/06/2016.

Notícias e Mídias Rádio ONU. “Cerca de 4 bilhões de pessoas no mundo ainda não têm acesso à internet”. Disponível em: <http://www.unmultimedia.org/radio/portuguese/2015/09/cerca-de-4-bilhoes-de-pessoas-no-mundo-ainda-nao-tem-acesso-a-internet/?app=2&lang=pt#.VyGIH2NtFE5>. Acesso em: 28/04/2016

Gabriela Pugliesi. Disponível em: <http://gabrielpugliesi.com/raio-x-bella-falconi/>. Acesso em 26/10/2016

Jornal Extra. Disponível em: <http://extra.globo.com/famosos/musa-fitness-bella-falconi-rebate-acusacoes-de-processo-nos-eua-19540232.html#ixzz4OC72x6Hi>. Acesso em 26/10/2016

Site Ego. Disponível em: <http://ego.globo.com/beleza/noticia/2013/08/conheca-bella-falconi-musa-do-abdomen-trincado-do-instagram.html>. Acesso em 26/10/2016

Site Infomoney. Disponível em: <http://www.infomoney.com.br/carreira/gestao-e-lideranca/noticia/3233905/bella-falconi-conheca-empresaria-brasileira-corpo-sarado-que-conquistou-eua>. Acesso em 26/10/2016

Secom. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/publicidade/codigo-bras-de-autorregulamentacao.pdf>. Acesso em 13/11/2016

Portal de Notícias G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>. Acesso em 14/11/2016

CONFEF (Conselho Nacional de Educação Física). Disponível em: <http://www.confef.org.br/extra/conteudo/default.asp?id=523>. Acesso em 21/11/2016

Folha Online. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/2016/10/kefera-vai-conseguir-sobreviver-fora-da-internet.shtml>. Acesso em 21/11/2016

O Dia. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/diversao/2016-09-28/kefera-buchmann-estreia-nos-cinemas.html>. Acesso em 21/11/2016

Portal Brasil. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/esporte/2016/08/cerca-de-46-da-populacao-brasileira-e-sedentaria-diz-pesquisa>. Acesso em 22/11/2016

Instagram, política de privacidade. Disponível em: <https://www.instagram.com/about/legal/privacy/>. Acesso em: 22/09/2016

Administradores, Artigo “Gabriela Pugliesi a Camarotização da Vida. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/gabriela-pugliesi-a-camarotizacao-da-vida/83857/>. Acesso em: 03/12/2016

Boa Forma. Disponível em: <http://boaforma.abril.com.br/celebridades/kefera-como-a-youtuber-adotou-novos-habitos-saudaveis-e-emagreceu-20kg/>. Acesso em: 22/09/2016

Jornal O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/ela/beleza/a-supersaudavel-gabriela-pugliesi-lanca-livro-com-dicas-conta-que-nao-esta-no-instagram-16951369>. Acesso em: 22/09/2016